



ONLINE-AUDIO-MONITOR | 2023

Auftraggeber:



Umsetzung:



Inhaltsverzeichnis

1 Nutzung Online-Audio-Angebote	3	7 Podcasts oder Radiosendungen zum Nachhören	67	8 Smart Speaker	93
2 Nutzungsintensität und -anteile	14	7.1 Nutzungsfrequenz und -intensität	68	9 Smart TV	100
3 Genutzte Geräte	22	7.2 Genutzte Inhalte & Rolle als aktuelles Infomedium	78		
4 Genutzte Inhalte und Plattformen	27	7.3 Absender/Audio Branding	88		
5 Nutzungssituationen	40				
6 Online-Audio im Auto	55				
				10 Methodische Hinweise	110

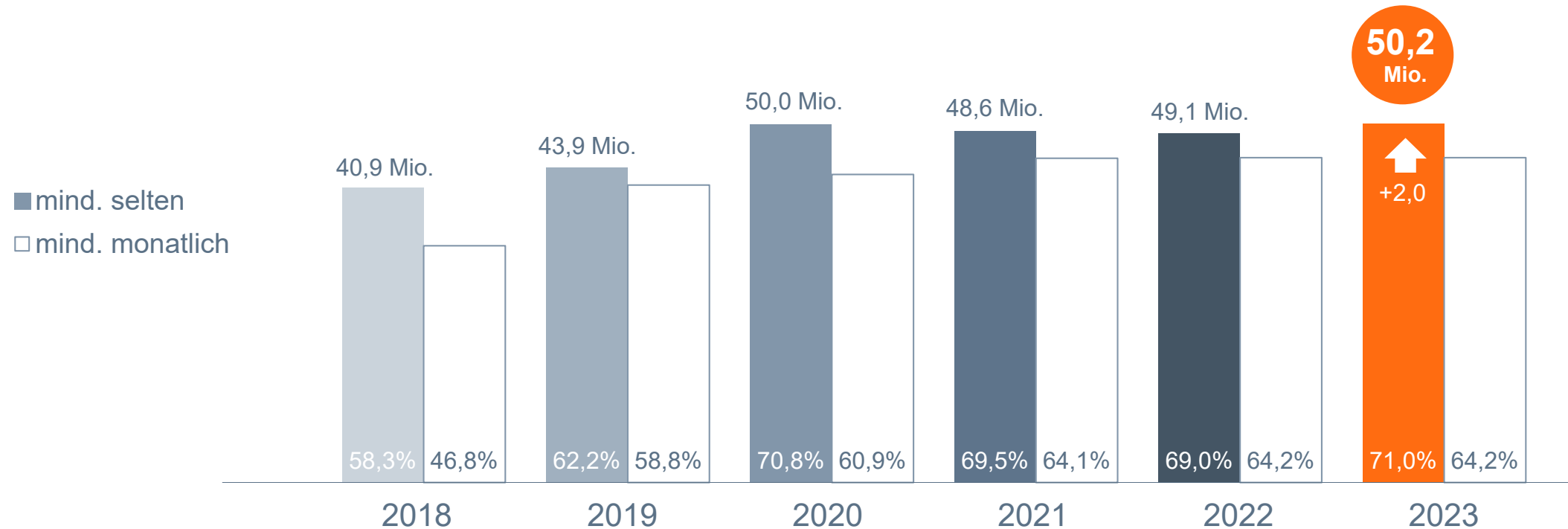
1 Nutzung Online-Audio-Angebote

Die Online-Audio-Nutzung in Deutschland erreicht einen neuen Höchstwert: 50,2 Mio. Personen ab 14 Jahren hören zumindest gelegentlich Webradio oder Audio-Inhalte auf Abruf. Die monatliche Nutzung bleibt stabil.

Basis: Personen ab 14 Jahre in Deutschland

Nutzung Online-Audio-Angebote

Angaben in Prozent / in Mio. Personen



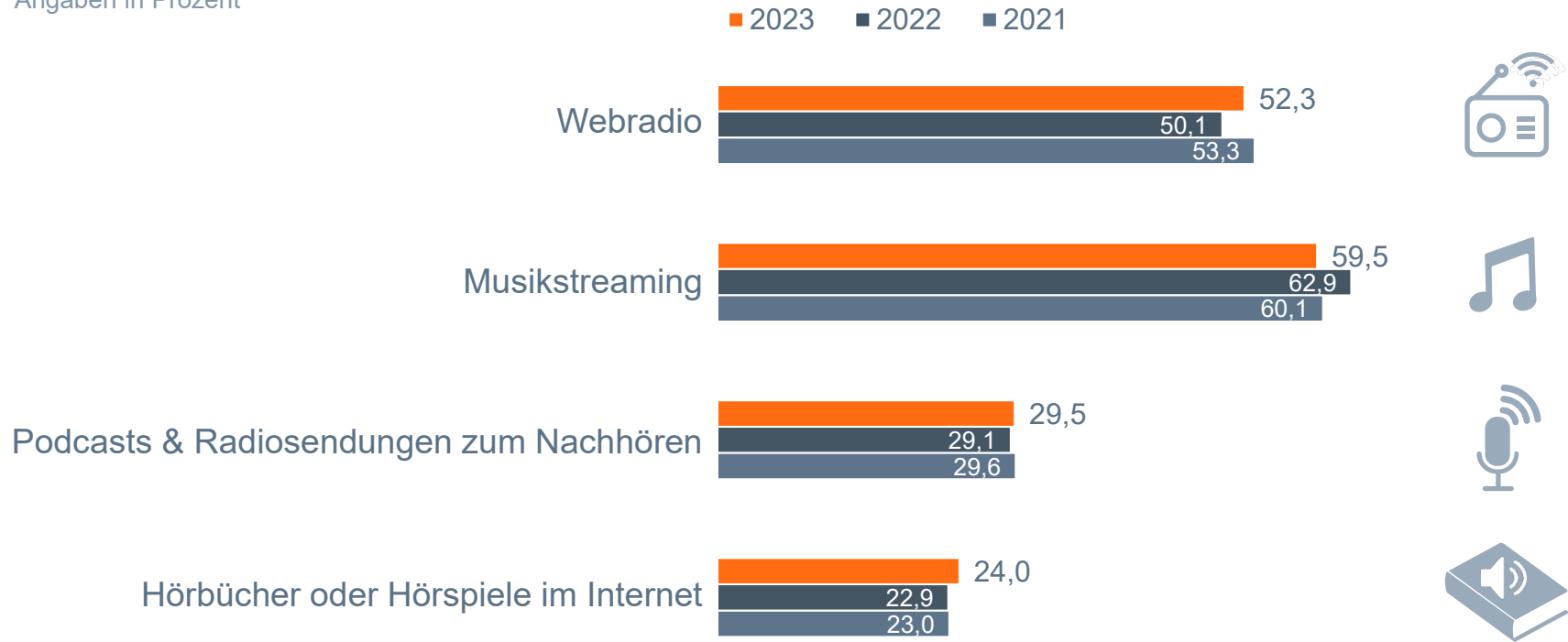
Frage 3: Über welche der folgenden Geräte hören Sie zumindest gelegentlich Radio über das Internet? / Frage 6: Über das Internet kann man nicht nur laufende Radioprogramme hören, sondern auch zu einem beliebigen Zeitpunkt Musik, Podcasts, Radiosendungen zum Nachhören, Hörbücher oder andere Audio-Inhalte auf Abruf hören. Welche der folgenden Angebote nutzen Sie zumindest gelegentlich, egal ob direkt oder als Download? / Frage 11: Wie häufig nutzen Sie die folgenden Radio- oder Audio-Angebote über das Internet?

Angaben in Prozent / Mio.; Basis 2023: 70,601 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=8.093)

Trotz Rückgang bleibt Musikstreaming das meistgenutzte Online-Audio-Format vor Webradio. Webradio aktuell mit größtem Zuwachs.

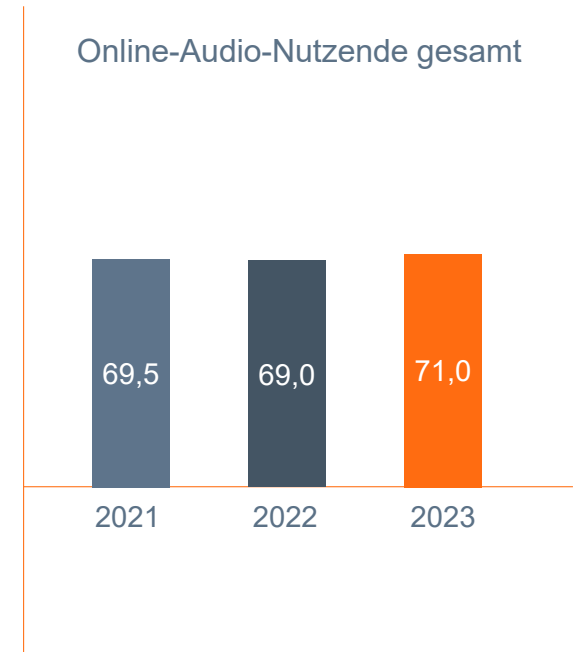
Nutzung Online-Audio-Angebote: 2021-2023

Angaben in Prozent



Basis: Personen ab 14 Jahre in Deutschland

Online-Audio-Nutzende gesamt



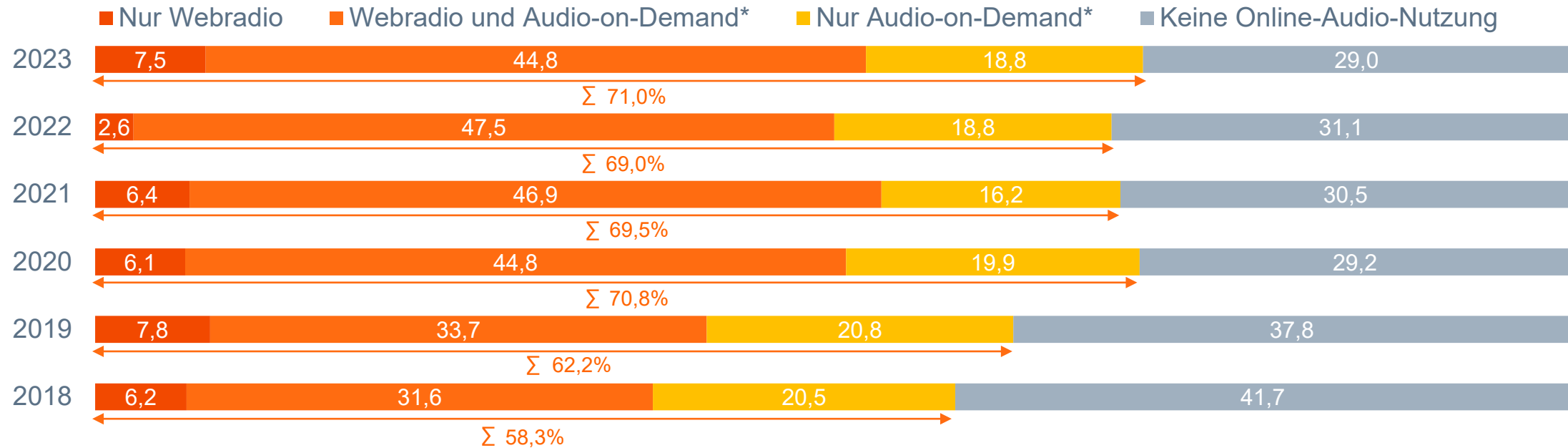
Frage 3: Über welche der folgenden Geräte hören Sie zumindest gelegentlich Radio über das Internet? / Frage 6: Über das Internet kann man nicht nur laufende Radioprogramme hören, sondern auch zu einem beliebigen Zeitpunkt Musik, Podcasts, Radiosendungen zum Nachhören, Hörbücher oder andere Audio-Inhalte auf Abruf hören. Welche der folgenden Angebote nutzen Sie zumindest gelegentlich, egal ob direkt oder als Download?
Angaben in Prozent; Basis 2023: 70,601 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=8.093)

Webradio wird aktuell wieder etwas mehr exklusiv gehört. Die ausschließliche on-Demand-Nutzung bleibt stabil zum Vorjahr.

Basis: Personen ab 14 Jahre in Deutschland

Nutzung Online-Audio-Angebote: Webradio vs. Audio-on-Demand*

Angaben in Prozent



*Audio-on-Demand = Nettosumme Musikstreaming, Podcasts & Radiosendungen zum Nachhören, Hörbücher oder Hörspiele im Internet

Frage 3: Über welche der folgenden Geräte hören Sie zumindest gelegentlich Radio über das Internet? / Frage 6: Welche der folgenden Angebote nutzen Sie zumindest gelegentlich, egal ob direkt oder als Download?

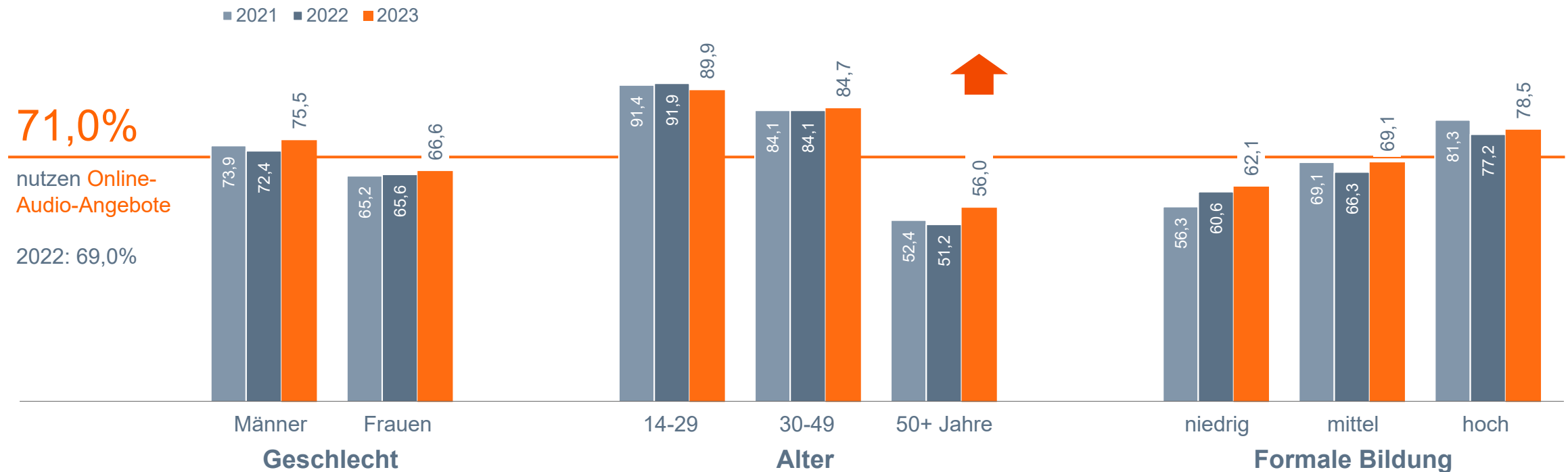
Angaben in Prozent; Basis 2023: 70,601 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=8.093)

Den größten Zuwachs bei der Online-Audio-Nutzung verzeichnet die Altersgruppe 50+.

Basis: Personen ab 14 Jahre in Deutschland

Online-Audio-Nutzende nach Geschlecht, Alter und formaler Bildung

Angaben in Prozent



Frage 3: Über welche der folgenden Geräte hören Sie zumindest gelegentlich Radio über das Internet? / Frage 6: Über das Internet kann man nicht nur laufende Radioprogramme hören, sondern auch zu einem beliebigen Zeitpunkt Musik, Podcasts, Radiosendungen zum Nachhören, Hörbücher oder andere Audio-Inhalte auf Abruf hören. Welche der folgenden Angebote nutzen Sie zumindest gelegentlich, egal ob direkt oder als Download?
 Angaben in Prozent; Basis 2023: 70,601 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=8.093)

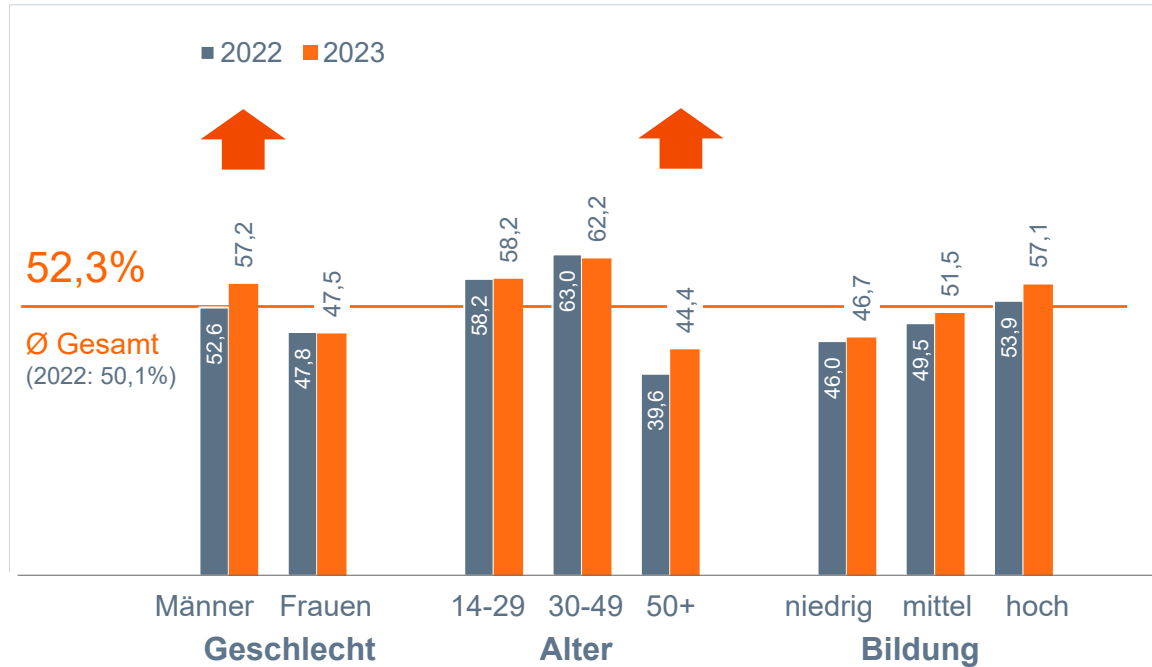
Webradio legt bei Männern und 50+ zu. Audio-on-Demand bleibt auf einem hohen Nutzungslevel, verzeichnet aber geringe Verluste in allen Gruppen.

Basis: Personen ab 14 Jahre in Deutschland

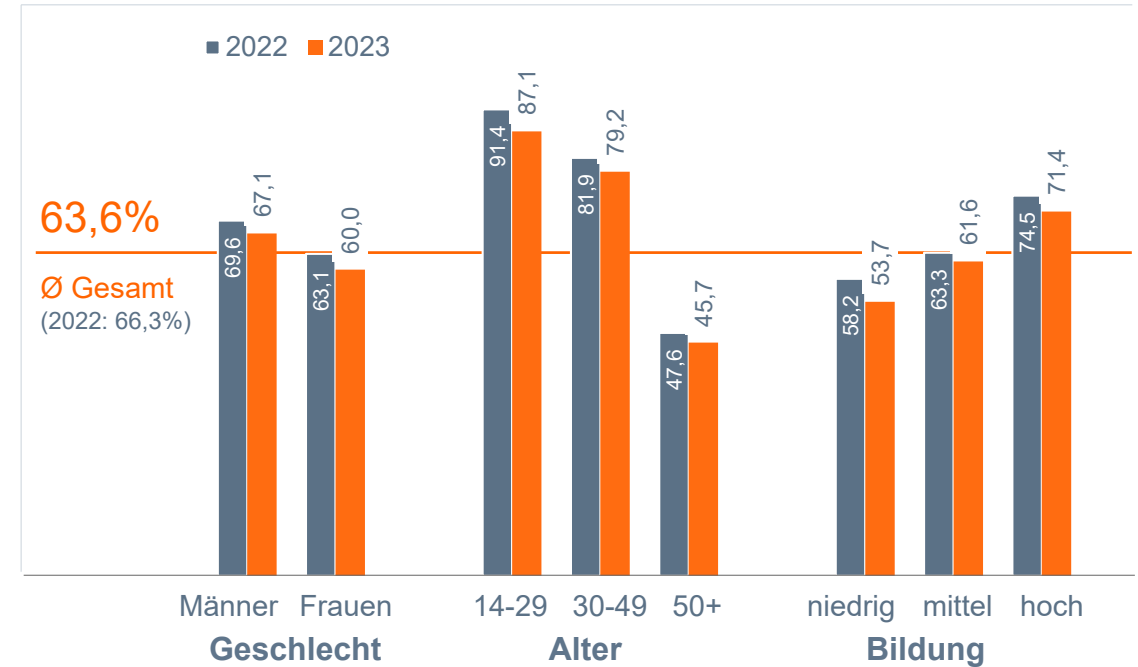
Online-Audio-Nutzende nach Geschlecht, Alter und Bildung

Angaben in Prozent

Webradio



Audio-on-Demand*



* Audio-on-Demand= Nettosumme Musikstreaming, Podcasts & Radiosendungen zum Nachhören, Hörbücher oder Hörspiele im Internet

Frage 3: Über welche der folgenden Geräte hören Sie zumindest gelegentlich Radio über das Internet? / Frage 6: Welche der folgenden Angebote nutzen Sie zumindest gelegentlich, egal ob direkt oder als Download?

Angaben in Prozent; Basis 2023: 70,601 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=8.093)

Als meistgehörte Webradioprogramme setzen sich Simulcast-Sender ab. Web-only-Sender bleiben unverändert.

Basis: Personen ab 14 Jahre in Deutschland

Webradio-Nutzung im Detail

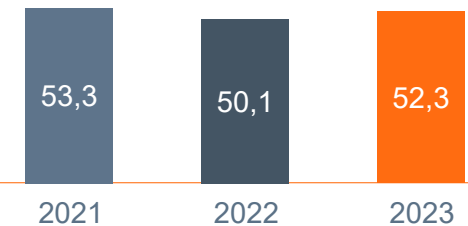
Angaben in Prozent



2023 2022 2021



Webradio-Nutzende gesamt



Frage 4: Wenn Sie Radio über das Internet hören, hören Sie da ... ? (Nur bedingt vergleichbar, Abfrage eines Items leicht geändert.) / Frage 6: Welche der folgenden Angebote nutzen Sie zumindest gelegentlich, egal ob direkt oder als Download?
Angaben in Prozent; Basis 2023: 70,601 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=8.093)

Beim Webradio bestätigt sich mit Blick auf die Altersgruppen: 50+ hören mehr Simulcast-Sender als in den beiden Jahren zuvor.

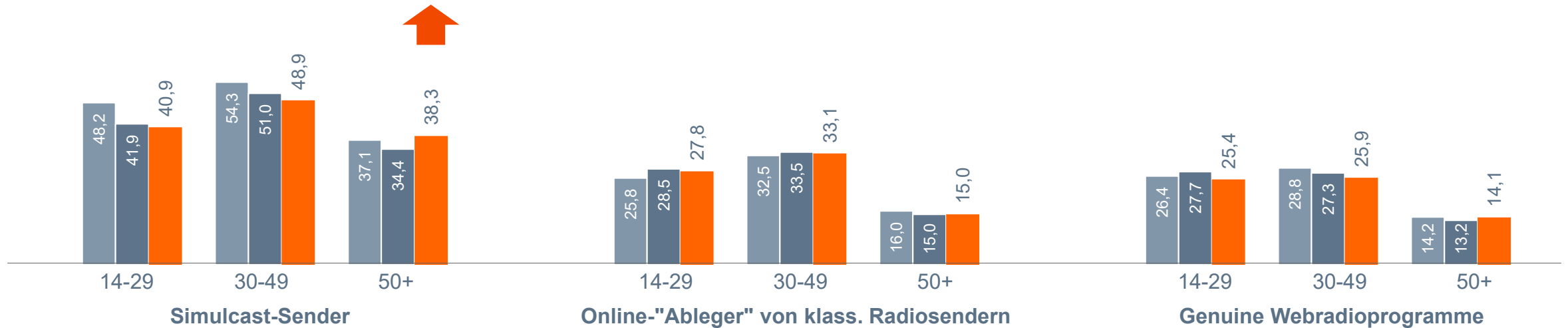
Basis: Personen ab 14 Jahre in Deutschland

Nutzung Webradio-Angebote nach Alter

Angaben in Prozent



■ 2021 ■ 2022 ■ 2023



Frage 4: Wenn Sie Radio über das Internet hören, hören Sie da ... ?
 Angaben in Prozent; Basis 2023: 70,601 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=8.093)

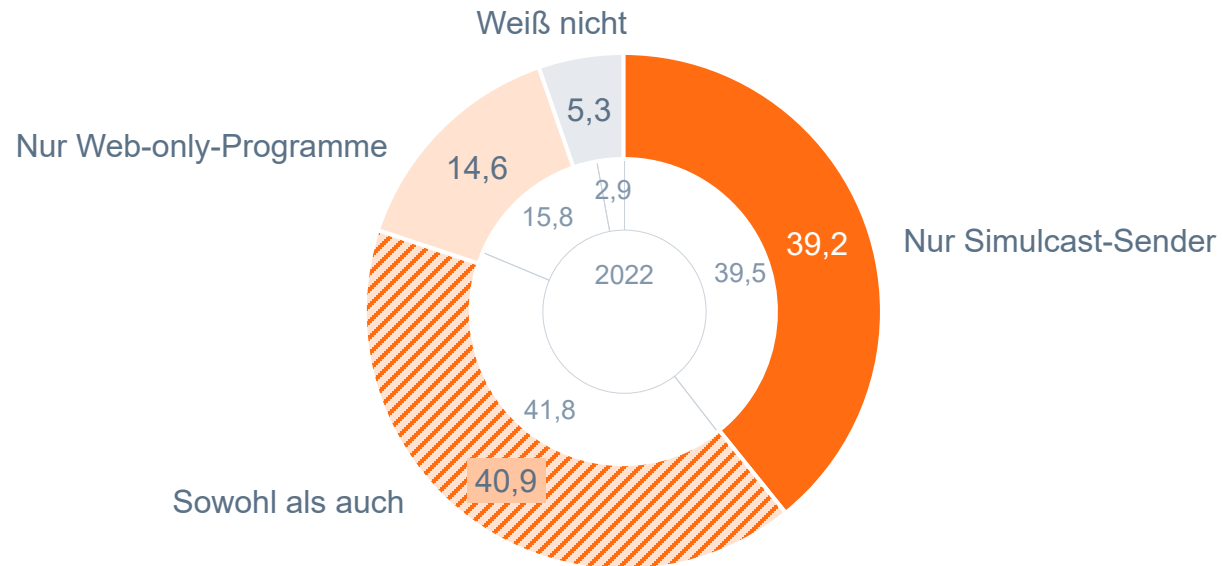
Acht von zehn Webradio-Hörer:innen hören Simulcast-Sender, die Hälfte von ihnen ausschließlich. Deutlich weniger hören ausschließlich Web-only-Programme.

Webradio-Nutzung im Detail: Simulcast-Sender vs. Web-only-Programme

Angaben in Prozent

52,3% der Bevölkerung ab 14 Jahren hören Radio über Web, davon...

Basis: Personen ab 14 Jahre, die zumindest gelegentlich Webradio hören



Frage 4: Wenn Sie Radio über das Internet hören, hören Sie da ... Radiosender, die man auch ohne Internet hören kann, die also auch über UKW oder DAB+ gehört werden können; Webstreams, also „Ableger“ von bekannten, „klassischen“ Radiosendern, die man nur im Internet hören kann und die meist auf eine bestimmte Musikrichtung ausgerichtet sind; Webradioprogramme, die es nur im Internet gibt und nicht zu einem bekannten, „klassischen“ Radiosender gehören. Angaben in Prozent; Basis: 36,906 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die Radio über Internet hören (n=4.356)

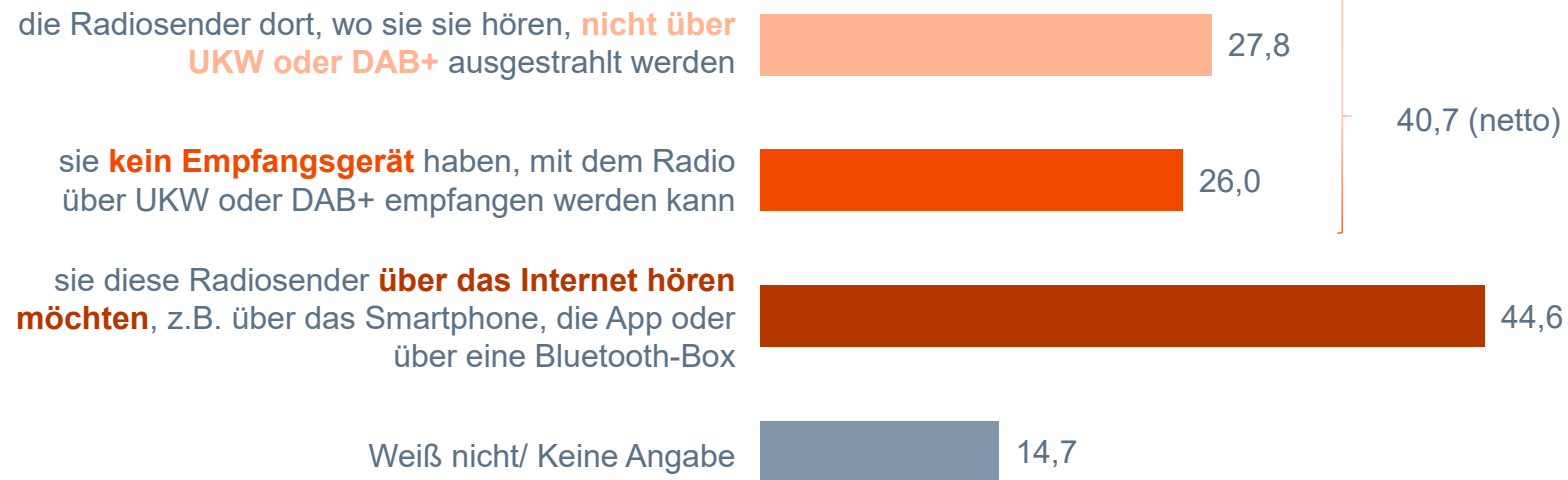
Vier von zehn hören Simulcast-Sender über das Internet, weil sie keine andere Empfangsmöglichkeit haben. Fast die Hälfte hört sie über das Internet, weil sie es will.

Webradio-Nutzung im Detail: Gründe für die Nutzung von Simulcast-Sendern über das Internet

Angaben in Prozent

Basis: Personen ab 14 Jahre, die Simulcast-Sender über Internet hören

41,9 % der Bevölkerung ab 14 Jahren hören Simulcast-Sender über das Internet, weil...



Frage 5: Warum hören Sie Radiosender, die man auch über andere Empfangsarten empfangen kann, über das Internet?
 Angaben in Prozent; Basis: 29,576 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die Simulcast-Sender über Web hören (n=3.570)

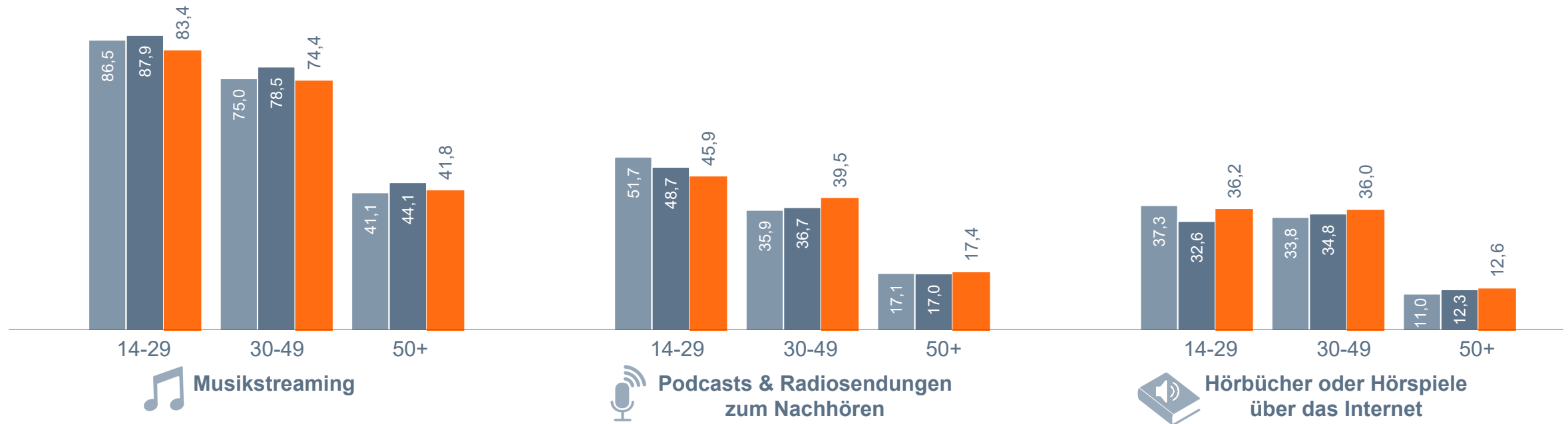
Die Podcastnutzung bei 30- bis 49-Jährigen steigt (weiter), U30 greift vermehrt zu Hörbüchern. Die Nutzung von Musikstreaming geht in allen Altersgruppen zurück.

Basis: Personen ab 14 Jahre in Deutschland

Nutzung Online-Audio-Angebote nach Alter

Angaben in Prozent

■ 2021 ■ 2022 ■ 2023



Frage 6: Welche der folgenden Angebote nutzen Sie zumindest gelegentlich, egal ob direkt oder als Download?
 Angaben in Prozent; Basis 2023: 70,601 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=8.093)

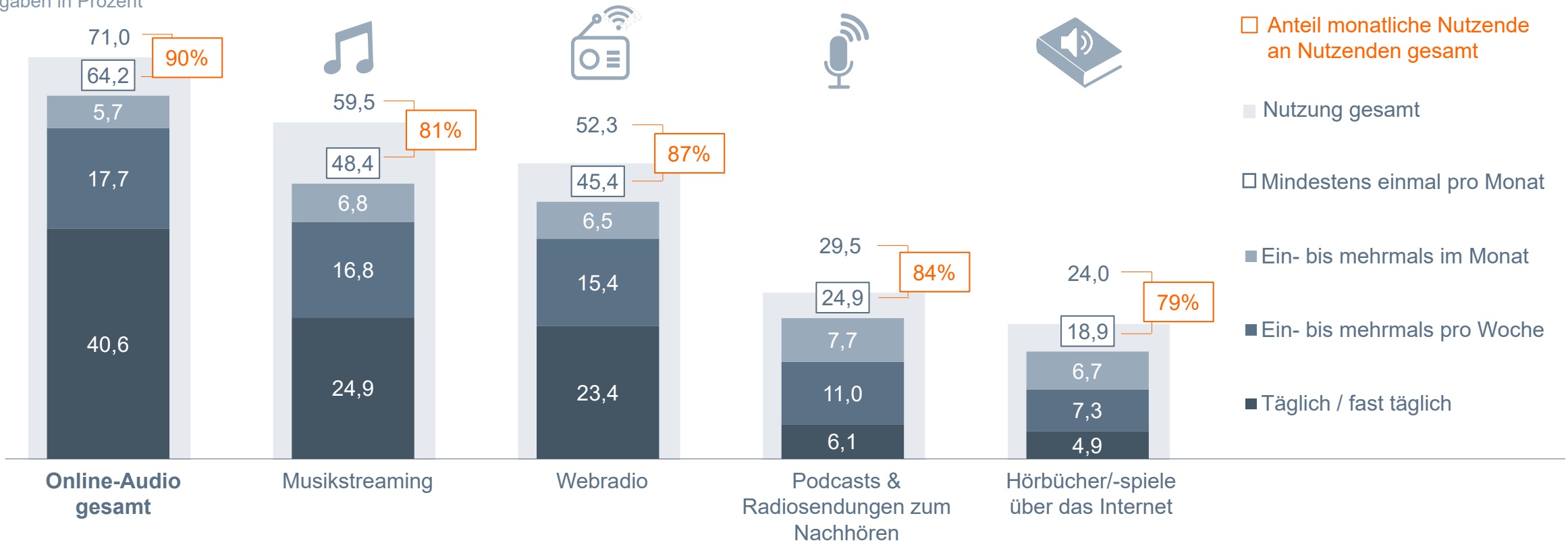
2

Nutzungsintensität und -anteile

Der Großteil der Online-Audio-Nutzer:innen hört das jeweilige Angebot monatlich. Am höchsten ist der Anteil der regelmäßigen Hörer:innen bei Webradio.

Nutzungsfrequenz Online-Audio-Angebote

Angaben in Prozent



Basis: Personen ab 14 Jahre in Deutschland

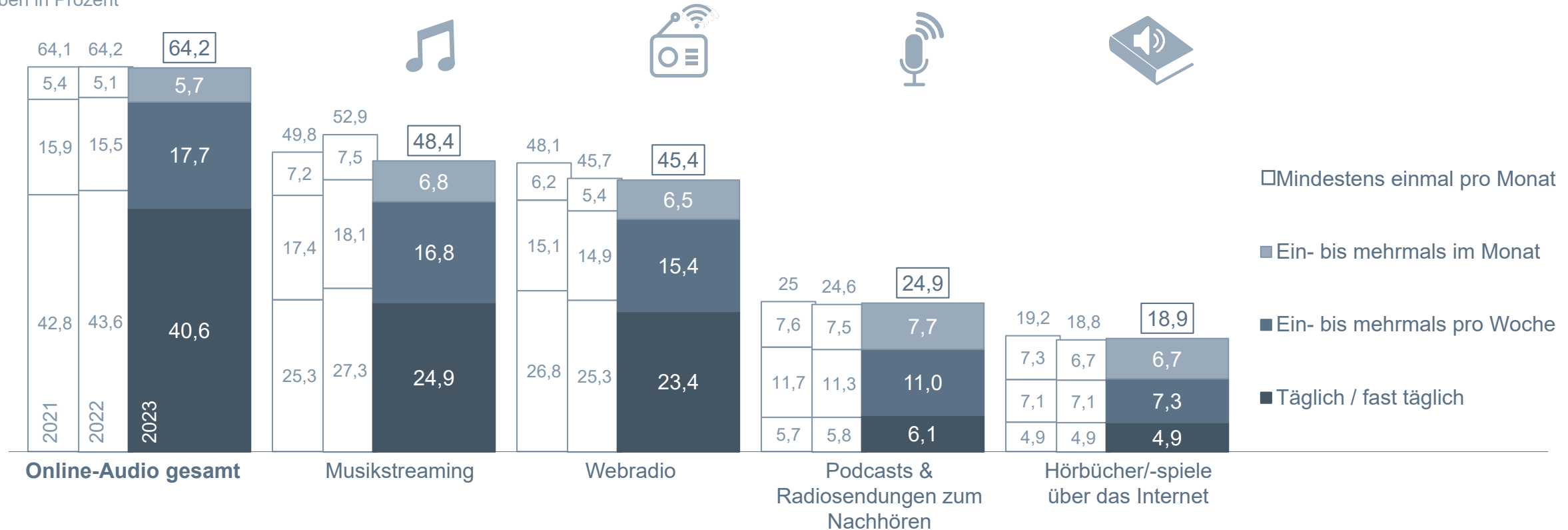
Frage 11: Wie häufig nutzen Sie die folgenden Radio- oder Audio-Angebote über das Internet?
Angaben in Prozent; Basis 2023: 70,601 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=8.093)

Die regelmäßige Nutzung von Online-Audio bleibt stabil, lediglich Musikstreaming verliert einige tägliche und wöchentliche Nutzer:innen.

Basis: Personen ab 14 Jahre in Deutschland

Nutzungsfrequenz Online-Audio-Angebote – Regelmäßige Nutzung im Trend

Angaben in Prozent



Frage 11: Wie häufig nutzen Sie die folgenden Radio- oder Audio-Angebote über das Internet?
Angaben in Prozent; Basis 2023: 70,601 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=8.093)

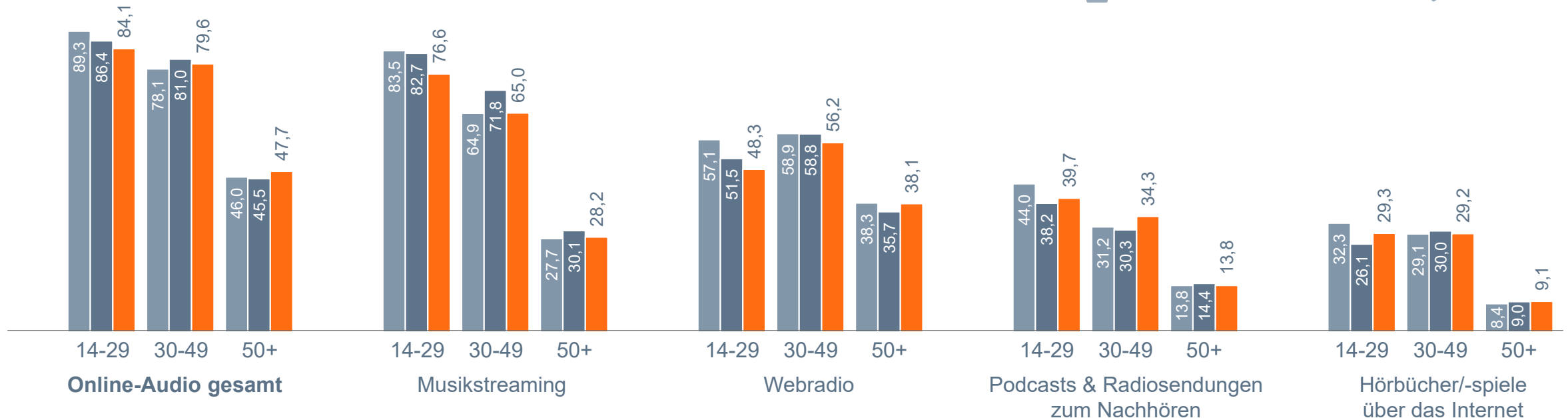
Mehr Webradio-Nutzung bei 50+ treibt die regelmäßige Online-Audio-Nutzung in der Altersgruppe nach oben. Podcasts legen vor allem in der mittleren Altersgruppe zu.

Basis: Personen ab 14 Jahre in Deutschland

Nutzung Online-Audio-Angebote: Mindestens einmal pro Monat nach Alter

Angaben in Prozent

■ 2021 ■ 2022 ■ 2023



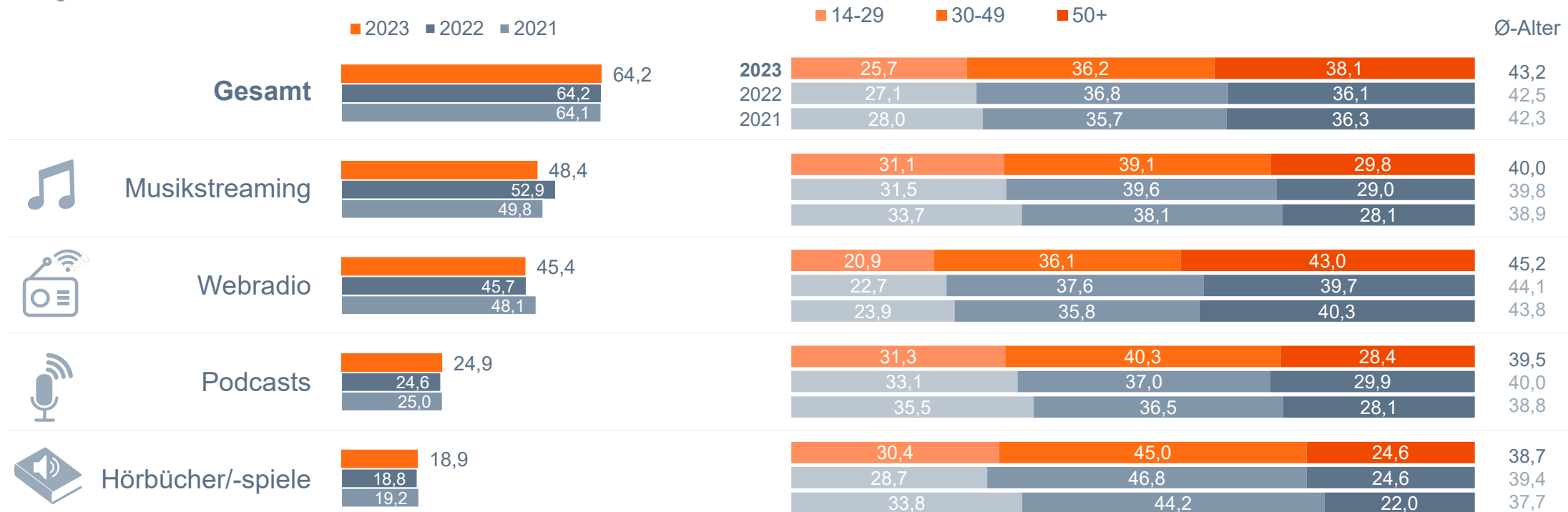
Frage 11: Wie häufig nutzen Sie die folgenden Radio- oder Audio-Angebote über das Internet?
Angaben in Prozent; Basis 2023: 70,601 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=8.093)

Audio-on-Demand hat eine deutlich jüngere Nutzerschaft als Webradio, was sich in diesem Jahr besonders bei Podcasts und Hörbüchern manifestiert.

Nutzung Online-Audio-Angebote: Altersstruktur der monatlichen Nutzer:innen

Angaben in Prozent

Basis: Personen ab 14 Jahre in Deutschland bzw. regelmäßige Online-Audio-Nutzende des jeweiligen Angebots



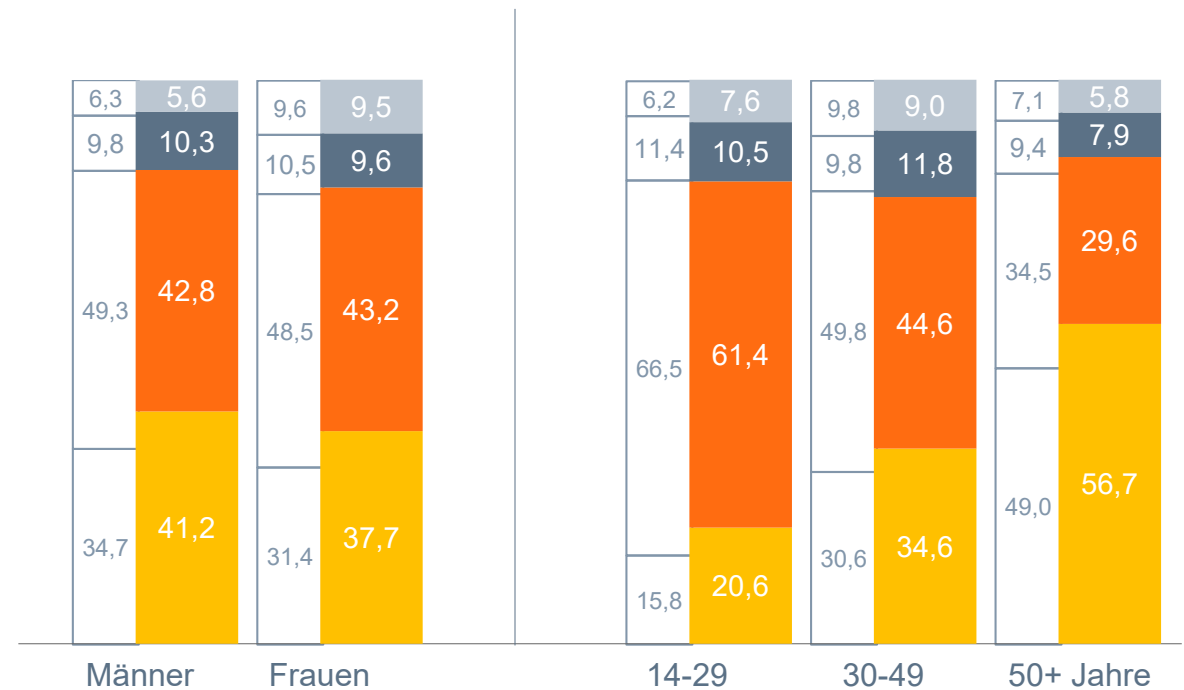
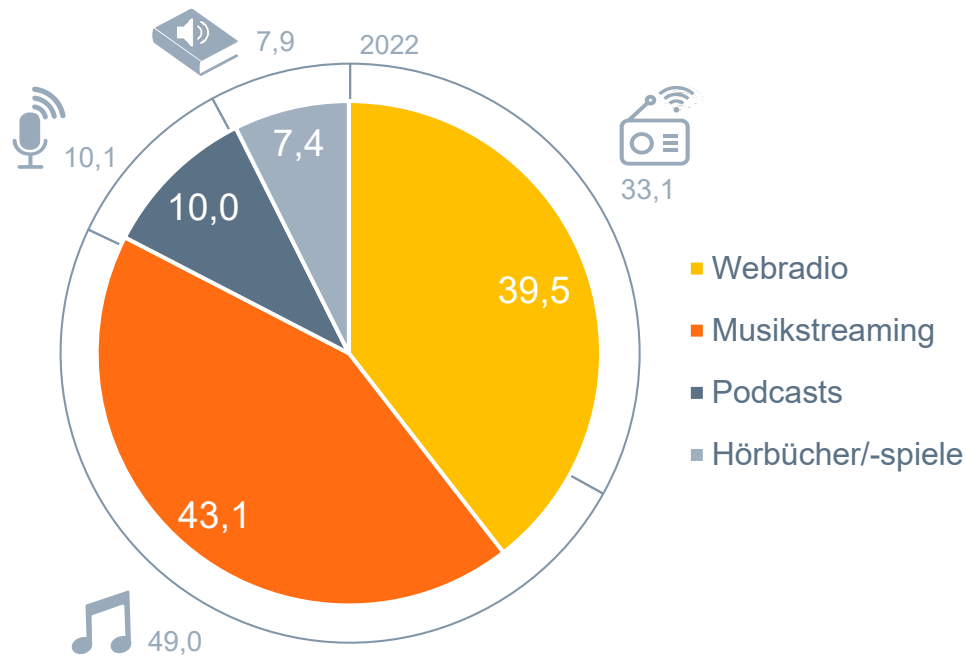
Frage 11: Wie häufig nutzen Sie die folgenden Radio- oder Audio-Angebote über das Internet?
 Angaben in Prozent; Basis 2023: 70,601 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=8.093); Basis Altersstruktur: 44,546 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland, die Online-Audio-Inhalte mind. einmal pro Monat nutzen (n=5.196), 32,026 Mio. Webradio-Nutzende (n=3.759) / 33,449 Mio. Nutzende von Musikstreaming (n=3.752) / 16,937 Mio. Podcast-Nutzende (n=2.024) / 12,854 Mio. Nutzende von Hörbüchern/-spielen (n=1.482)

Aktuell verbringen Online-Audio-Nutzende deutlich mehr Zeit mit Webradio. Musikstreaming beansprucht aber nach wie vor das größte Zeitbudget, vor allem bei unter 30-Jährigen.

Basis: Regelmäßige Online-Audio-Nutzende

Nutzungsanteile pro Online-Audio-Angebot (Mittelwerte)

Angaben in Prozent



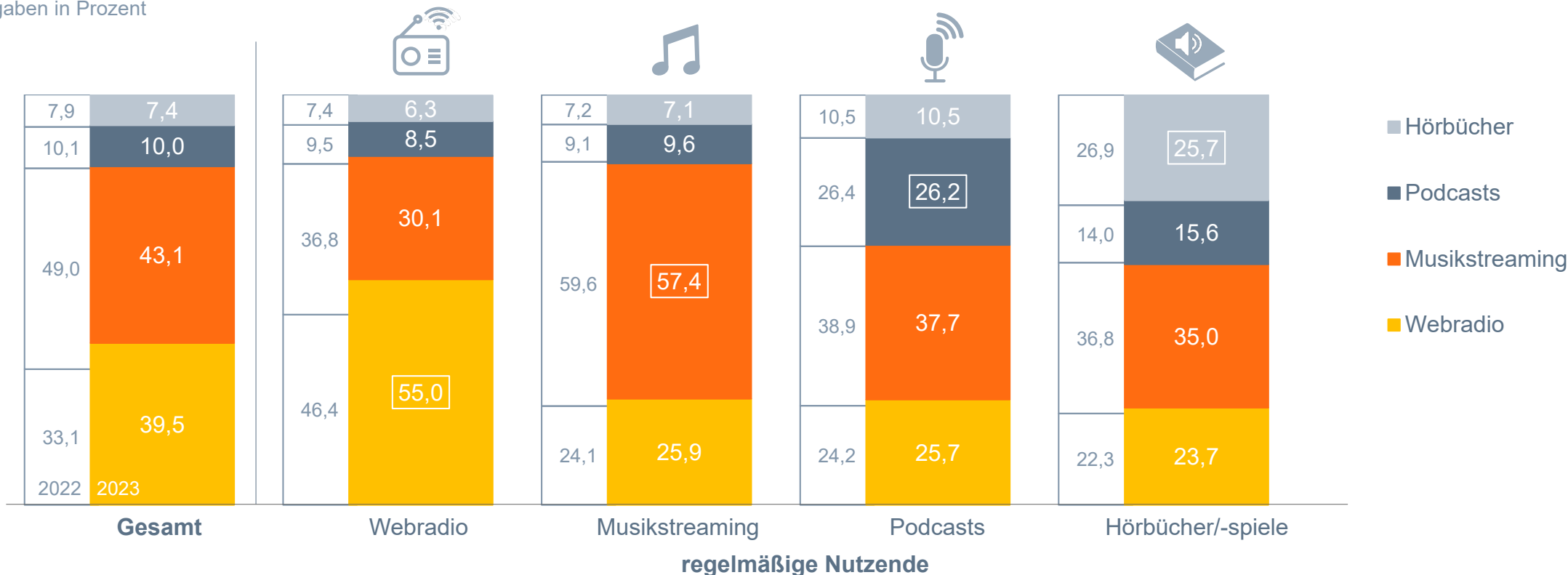
Frage 12a: Sie hören ja mindestens einmal im Monat Radio übers Internet, Musikstreaming, Podcasts oder Hörbücher. Was schätzen Sie: Wieviel Prozent dieser Online-Audio-Nutzung (= 100%) verbringen Sie im Monat mit dem Hören von ...?
 Angaben in Prozent, **bereinigt um weiß nicht**; Basis 2023: 44,546 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland, die Online-Audio-Inhalte mind. einmal pro Monat nutzen (n=5.196)

Webradio-Hörer:innen verbringen aktuell deutlich mehr ihrer Online-Audio-Zeit mit Webradio.

Nutzungsanteile pro Online-Audio-Angebot (Mittelwerte)

Angaben in Prozent

Basis: Regelmäßige Online-Audio-Nutzende des jeweiligen Angebots



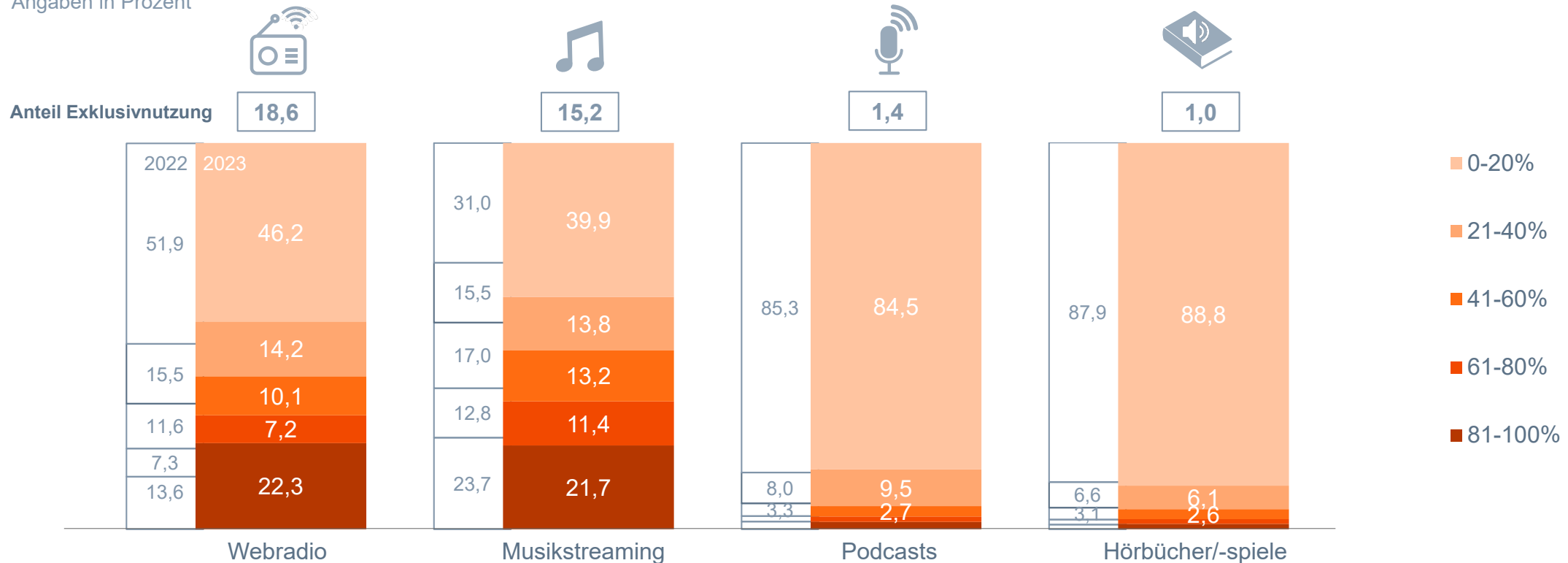
Frage 12a: Sie hören ja mindestens einmal im Monat Radio übers Internet, Musikstreaming, Podcasts oder Hörbücher. Was schätzen Sie: Wieviel Prozent dieser Online-Audio-Nutzung (= 100%) verbringen Sie im Monat mit dem Hören von ...? Angaben in Prozent, **bereinigt um weiß nicht**; Basis 2023: 44,546 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland, die Online-Audio-Inhalte mind. einmal pro Monat nutzen (n=5.196)

Musikstreaming und Webradio haben die höchsten Nutzungsanteile und die meisten Exklusiv-Hörer:innen. Podcasts und Hörbücher werden ergänzend genutzt.

Basis: Regelmäßige Online-Audio-Nutzende

Nutzungsanteile pro Online-Audio-Angebot

Angaben in Prozent



Frage 12a: Sie hören ja mindestens einmal im Monat Radio übers Internet, Musikstreaming, Podcasts oder Hörbücher. Was schätzen Sie: Wieviel Prozent dieser Online-Audio-Nutzung (= 100%) verbringen Sie im Monat mit dem Hören von ...?
 Angaben in Prozent, **bereinigt um weiß nicht**; Basis 2023: 44,546 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland, die Online-Audio-Inhalte mind. einmal pro Monat nutzen (n=5.196)

3

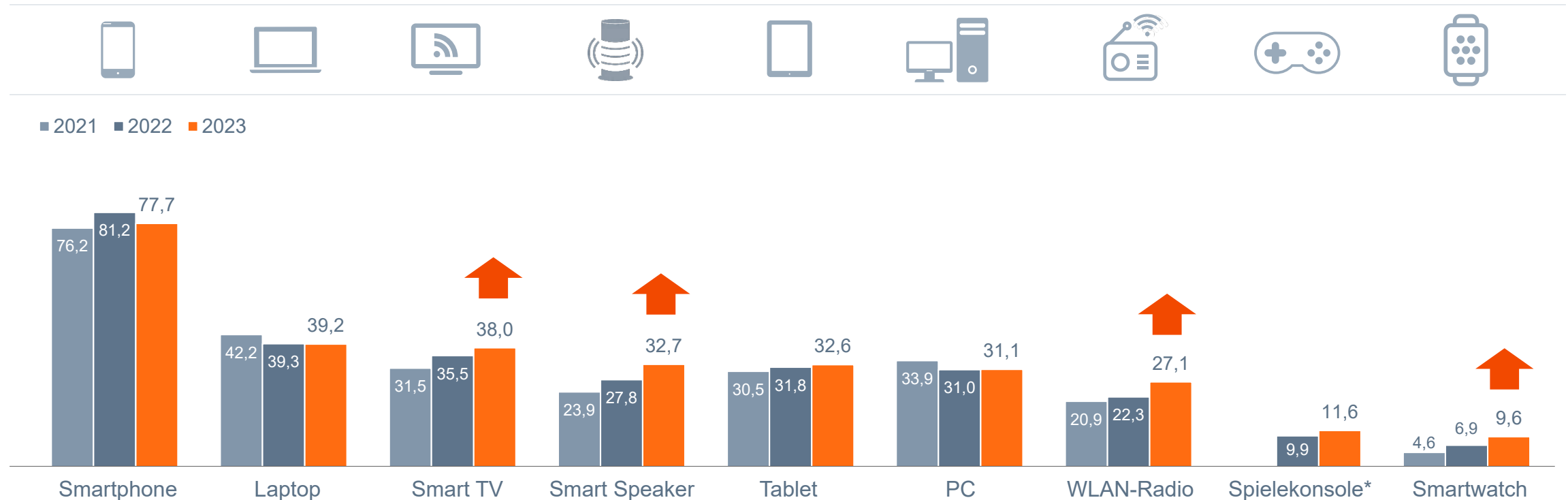
Genutzte Geräte

In der Nutzung für Online-Audio bleibt das Smartphone mit Abstand vorne, wenn auch rückläufig. Andere „smarte“ Geräte und WLAN-Radio legen deutlich zu.

Basis: Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahren

Genutzte Geräte für Online-Audio gesamt

Angaben in Prozent



* Spielekonsole 2022 erstmals abgefragt.

Frage 3: Über welche der folgenden Geräte hören Sie zumindest gelegentlich Radio über das Internet? / Frage 7: Über welche Geräte hören Sie solche Online-Audio-Angebote?

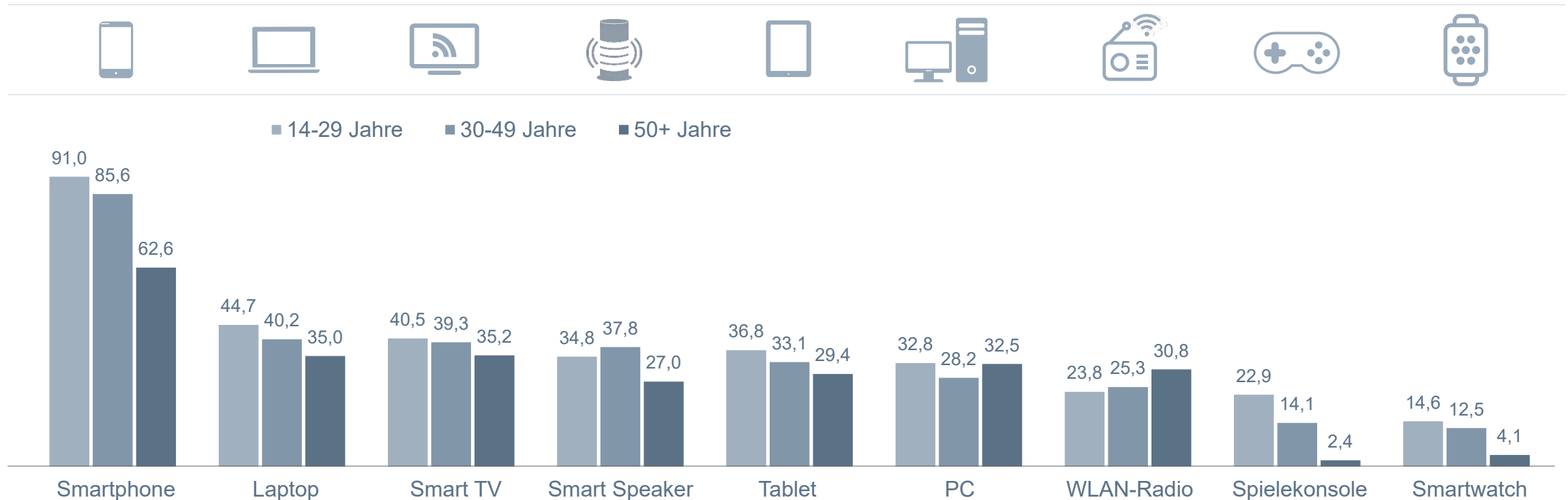
Angaben in Prozent, Basis 2023: 50,155 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland (n=5.895)

Das Smartphone als Online-Audio-Gerät bei allen vorn. Smart Speaker kommen bei 30- bis 49-Jährigen häufiger zum Einsatz, die Spielkonsole bei unter 30-Jährigen. Das WLAN-Radio nutzen vor allem ab 50-Jährige.

Basis: Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahren

Genutzte Geräte für Online-Audio gesamt nach Alter

Angaben in Prozent



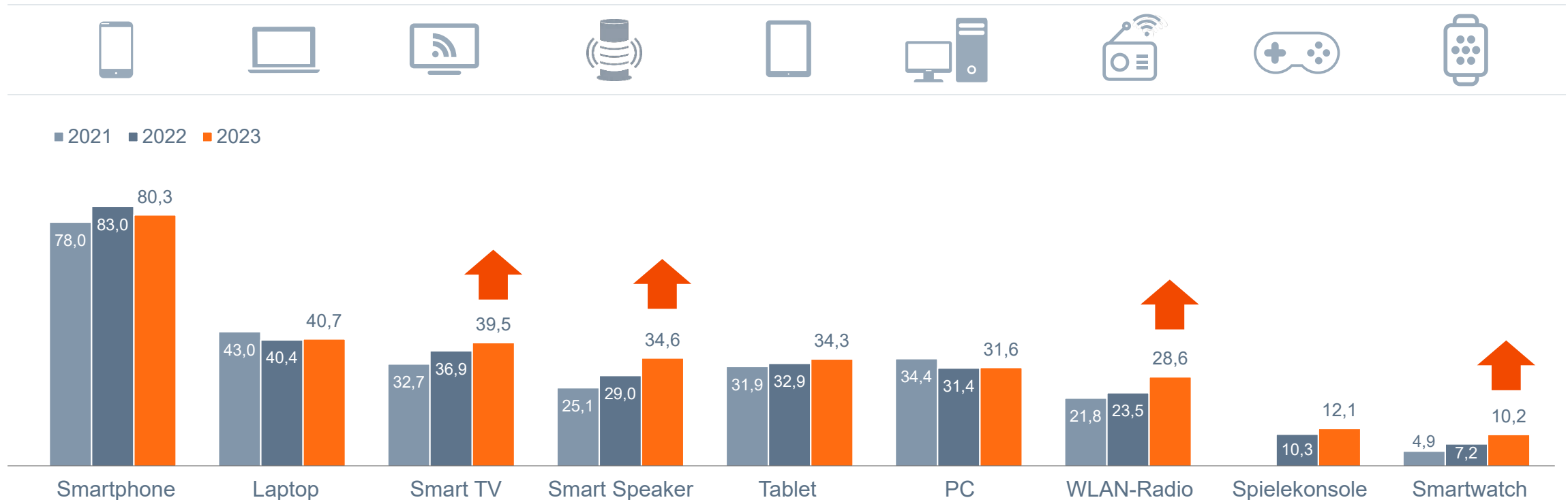
Frage 3: Über welche der folgenden Geräte hören Sie zumindest gelegentlich Radio über das Internet? / Frage 7: Über welche Geräte hören Sie solche Online-Audio-Angebote?
 Angaben in Prozent; Basis: 50,155 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland (n=5.895)

Auf Basis der regelmäßigen Online-Audio-Nutzung zeigt sich ein ähnliches Bild: Neben dem Smartphone kommen immer mehr andere „smarte“ Geräte zum Einsatz.

Basis: Regelmäßige Online-Audio-Nutzende

Genutzte Geräte für Online-Audio gesamt

Angaben in Prozent



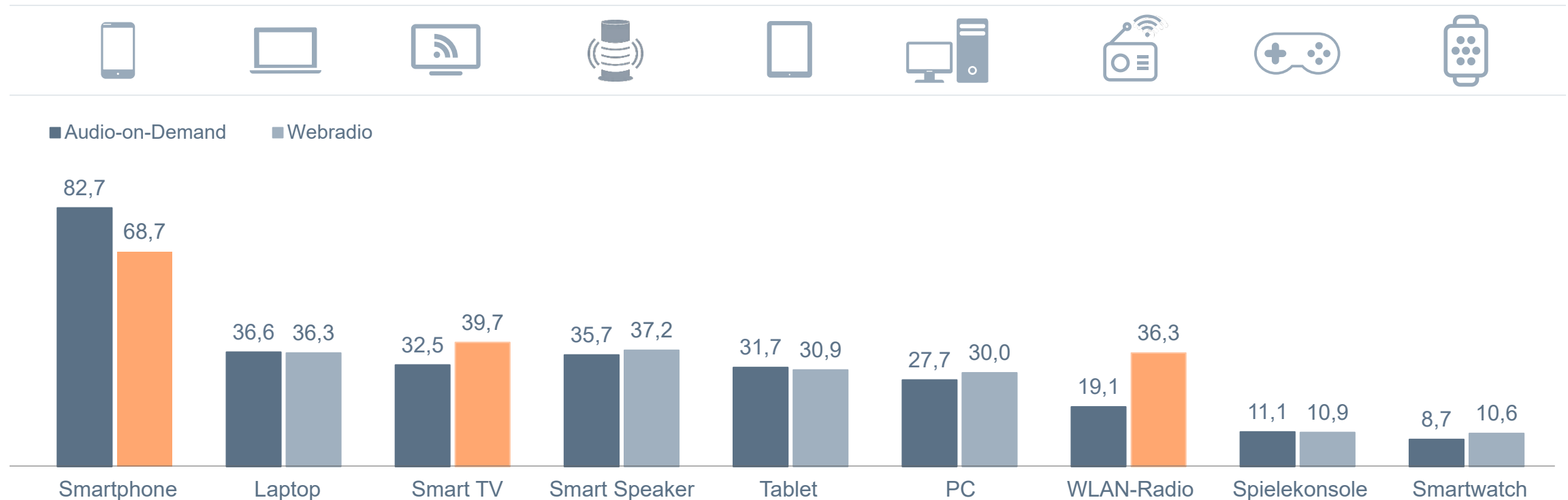
Frage 3: Über welche der folgenden Geräte hören Sie zumindest gelegentlich Radio über das Internet? / Frage 7: Über welche Geräte hören Sie solche Online-Audio-Angebote?
 Angaben in Prozent, Basis 2023 45,305 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland, die Online-Audio-Inhalte mind. einmal pro Monat nutzen (n=5.273)

Webradio wird im Vergleich zu Audio-on-Demand erkennbar häufiger über Smart TV und WLAN-Radiogeräte gehört und deutlich weniger über das Smartphone.

Genutzte Geräte für Online-Audio-on-Demand vs. Webradio

Angaben in Prozent

Basis: Regelmäßige Nutzende Online-Audio-on-Demand vs. Webradio



Frage 3: Über welche der folgenden Geräte hören Sie zumindest gelegentlich Radio über das Internet? / Frage 7: Über welche Geräte hören Sie solche Online-Audio-Angebote?
 Angaben in Prozent; Basis 2023: 37,467 Mio. Audio-on-Demand-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland / 32.026 Webradio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland, die die jeweiligen Inhalte mind. einmal pro Monat nutzen (n=4.288 / 3.759)

4

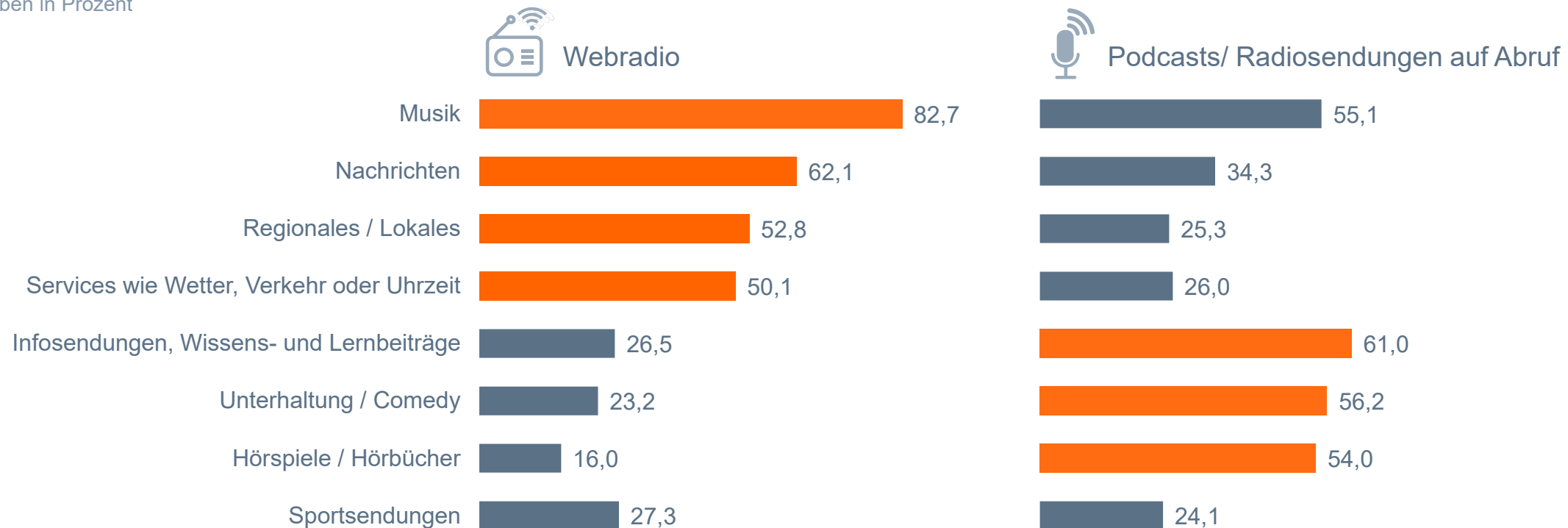
Genutzte Inhalte und Plattformen

Auch im Web spielt Radio seine Stärken aus: Musik, News, Lokales und Services. Podcasts bei Info-/Wissensinhalten, Unterhaltung und Hörbüchern vorne.

Genutzte Inhalte: Webradio vs. Podcasts/ Radiosendungen auf Abruf *

Angaben in Prozent

Basis: Regelmäßige Webradio- bzw. Podcast-Nutzende



* Aufgrund geänderter Filterführung/Basis keine Trenddarstellung möglich.

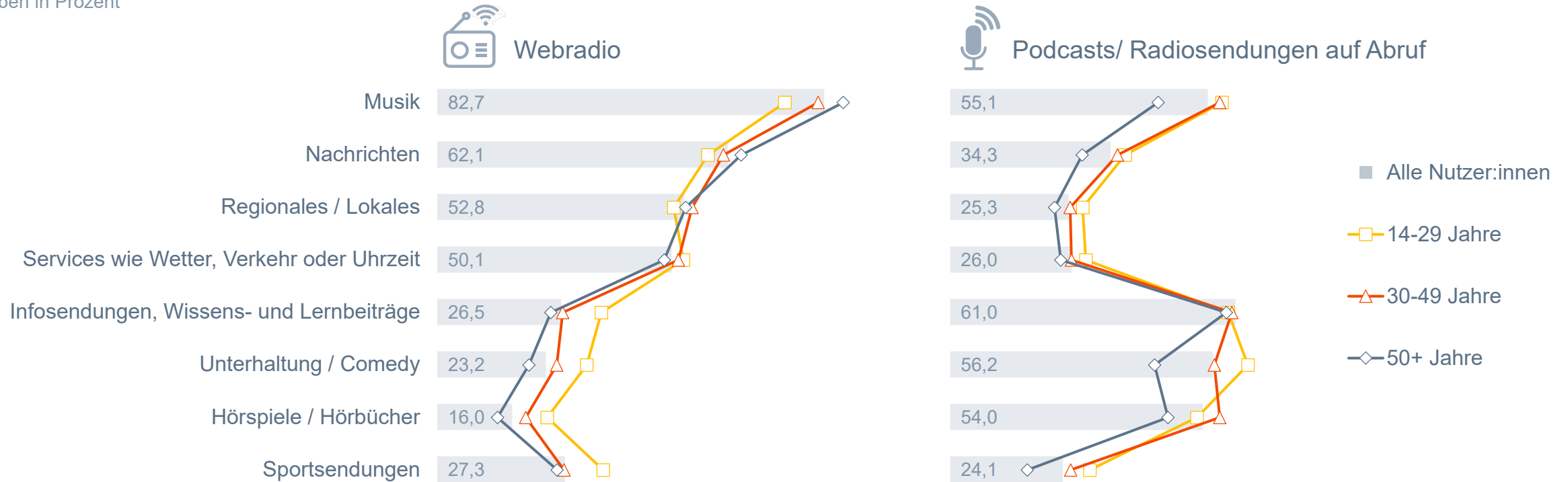
Frage 9/ 9A/ 10: Wenn Sie Radioprogramme über das Internet hören, was hören Sie da? / Und wenn Sie Podcasts oder Radiosendungen zum Nachhören hören. Was hören Sie da? / Bitte geben Sie jeweils an, ob Sie den Inhalt eher über Radioprogramme, eher über Podcasts oder über beides gleichermaßen hören.; Angaben in Prozent; Basis: 32,026 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland, die Webradio mind. einmal pro Monat nutzen (n=3.759) / 17,553 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die Podcasts bzw. Radiosendungen zum Nachhören mindestens einmal pro Monat hören (n=2.088)

Ähnliche Stärkenprofile in allen Altersgruppen. Jüngere interessieren sich mehr für Comedy/ Unterhaltung, Sport und Infosendungen und sind insgesamt „on-Demand-affiner“.

Genutzte Inhalte: Webradio vs. Podcasts/ Radiosendungen auf Abruf nach Alter

Angaben in Prozent

Basis: Regelmäßige Webradio- bzw. Podcast-Nutzende



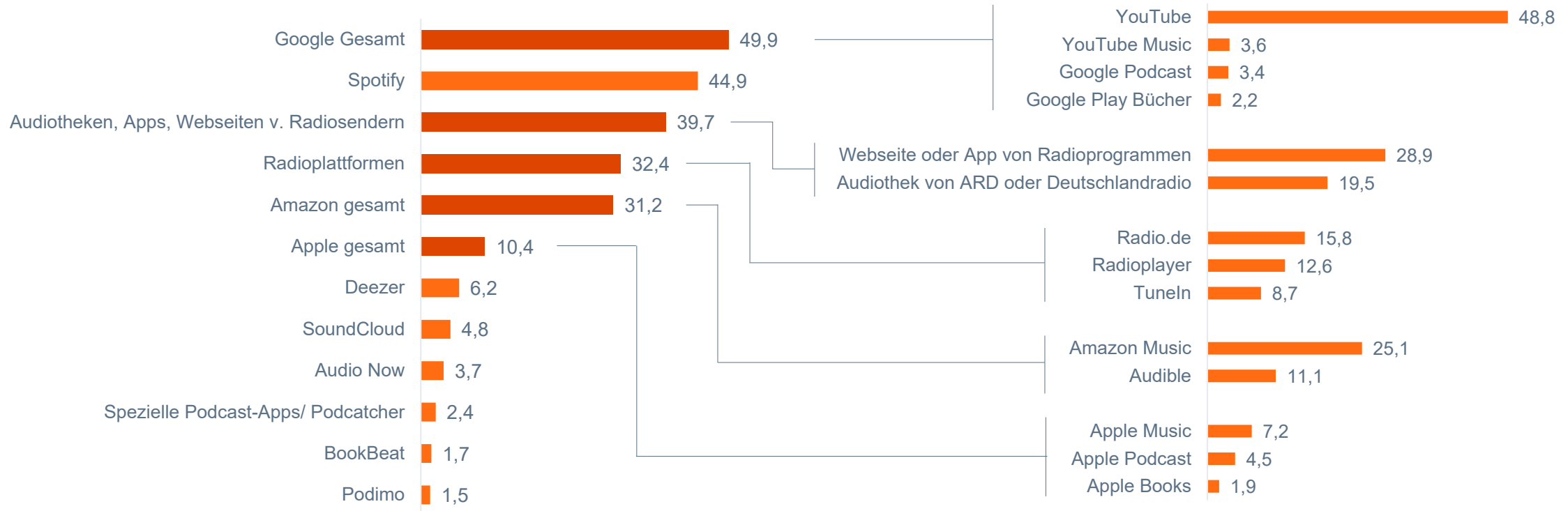
Frage 9/ 9A/ 10: Wenn Sie Radioprogramme über das Internet hören, was hören Sie da? / Und wenn Sie Podcasts oder Radiosendungen zum Nachhören hören. Was hören Sie da? / Bitte geben Sie jeweils an, ob Sie den Inhalt eher über Radioprogramme, eher über Podcasts oder über beides gleichermaßen hören.; Angaben in Prozent; Basis: 32,026 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland, die Webradio mind. einmal pro Monat nutzen (n=3.759) / 17,553 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die Podcasts bzw. Radiosendungen zum Nachhören mindestens einmal pro Monat hören (n=2.088)

Die Top 3 Plattformen der regelmäßigen Online-Audio-Nutzer:innen sind über alle Formate hinweg: Google, Spotify, Audiotheken/Websites von Radiosendern.

Basis: Regelmäßige Online-Audio-Nutzende

Genutzte Plattformen für Online-Audio-Angebote (Gesamtranking)

Angaben in Prozent (nur Plattformen ab 1%)



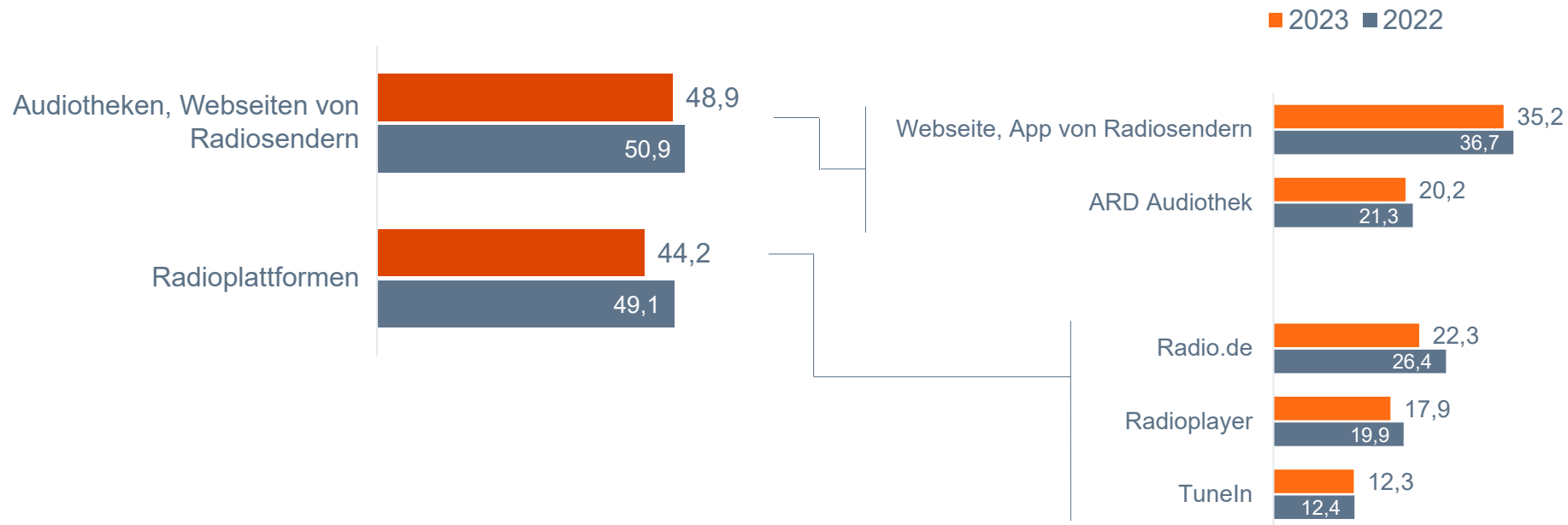
Frage 8 / 8A / 8B / 19: Welche der folgenden Audiostreaming-Dienste oder Plattformen nutzen Sie zumindest gelegentlich, um Musik zu hören? / Über welche der folgenden Dienste oder Plattformen hören Sie zumindest gelegentlich Hörbücher oder Hörspiele? / Wenn Sie jetzt einmal ans Radiohören über das Internet denken. Über welche der folgenden Dienste oder Plattformen hören Sie zumindest gelegentlich Radio? / Wie nutzen Sie Podcasts bzw. Radiosendungen zum Nachhören? Ist das über...; Angaben in Prozent; Basis: 45,305 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland, die Online-Audio-Inhalte mind. einmal pro Monat nutzen (n=5.273)

Gleiches Ranking trotz rückläufiger Nennungen: Webradio wird vor allem direkt über die Webseite oder App von Radiosendern aufgerufen, am zweithäufigsten über radio.de.

Genutzte Plattformen für Webradio

Angaben in Prozent

Basis: Regelmäßige Webradio-Nutzende



Frage 8b: Wenn Sie jetzt einmal ans Radiohören über das Internet denken. Über welche der folgenden Dienste oder Plattformen hören Sie zumindest gelegentlich Radio?, Frage 3: Über welche der folgenden Geräte hören Sie zumindest gelegentlich Radio über das Internet?; Angaben in Prozent; Basis 2023: 32,026 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland, die Webradio mindestens einmal pro Monat nutzen (n=3.759)

Webseiten und Apps von Radiosendern altersunabhängig vorne, Radioplattformen werden eher von Jüngeren genutzt.

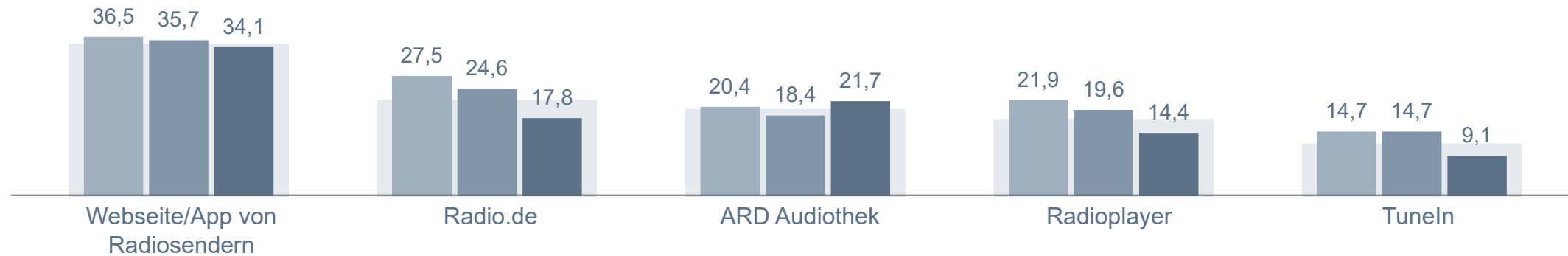
Genutzte Plattformen für Webradio nach Alter

Angaben in Prozent

Basis: Regelmäßige Webradio-Nutzende



■ Alle ■ 14-29 Jahre ■ 30-49 Jahre ■ 50+ Jahre



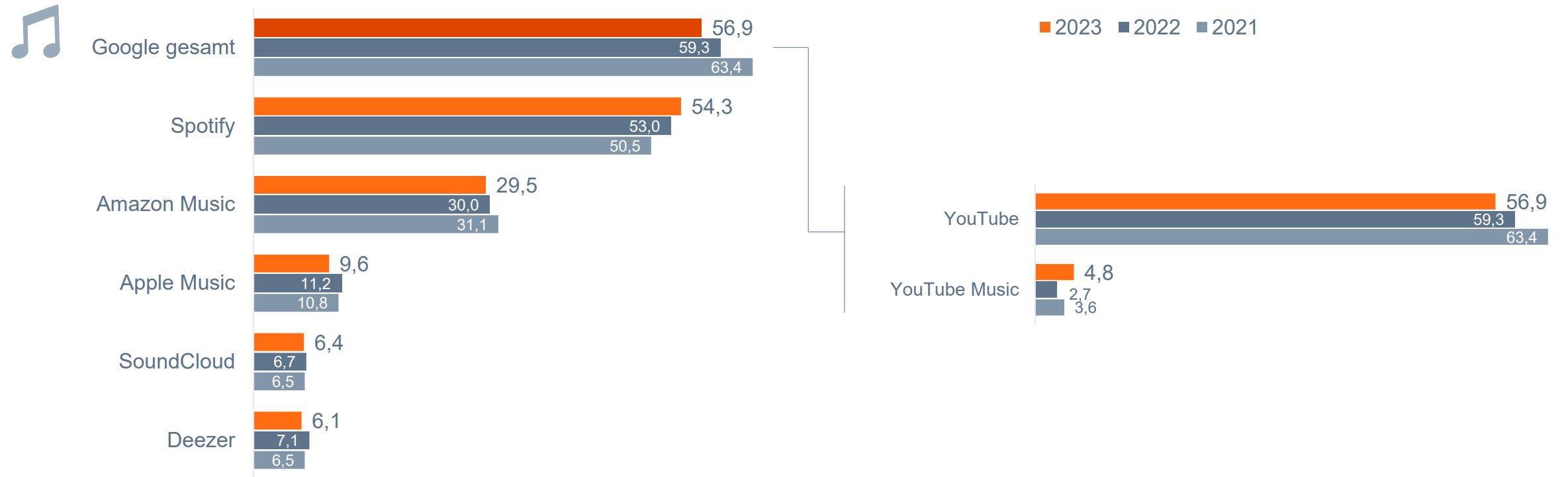
Frage 8b: Wenn Sie jetzt einmal ans Radiohören über das Internet denken. Über welche der folgenden Dienste oder Plattformen hören Sie zumindest gelegentlich Radio?, Frage 3: Über welche der folgenden Geräte hören Sie zumindest gelegentlich Radio über das Internet?; Angaben in Prozent; Basis 2023: 32,026 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland, die Webradio mindestens einmal pro Monat nutzen (n=3.759)

YouTube bleibt trotz Rückgang die meistgenutzte Plattform für Musikstreaming, dicht gefolgt von Spotify mit erneutem Zuwachs. Mit Abstand folgt Amazon Music auf Platz 3.

Genutzte Plattformen für Musikstreaming

Angaben in Prozent

Basis: Regelmäßige Musikstreaming-Nutzende



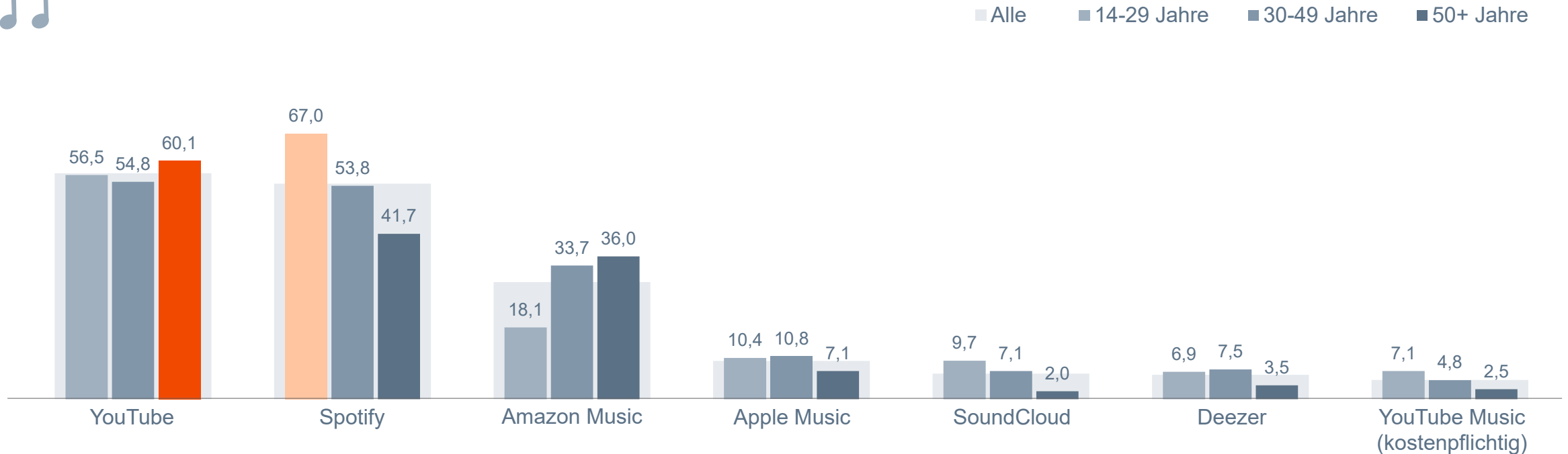
Frage 8: Wenn Sie jetzt einmal an Musikstreaming denken: Welche der folgenden Audiostreaming-Dienste oder Plattformen nutzen Sie zumindest gelegentlich, um Musik zu hören?
 Angaben in Prozent; Basis 2023: 34,180 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland, die Musikstreaming mindestens einmal pro Monat nutzen (n=3.825)

Spotify bleibt die präferierte Musikplattform der Jüngeren. YouTube ist in allen Altersgruppen ähnlich relevant und bei 30-49 noch, bei 50+ deutlich vor Spotify.

Genutzte Plattformen für Musikstreaming nach Alter

Angaben in Prozent

Basis: Regelmäßige Musikstreaming-Nutzende

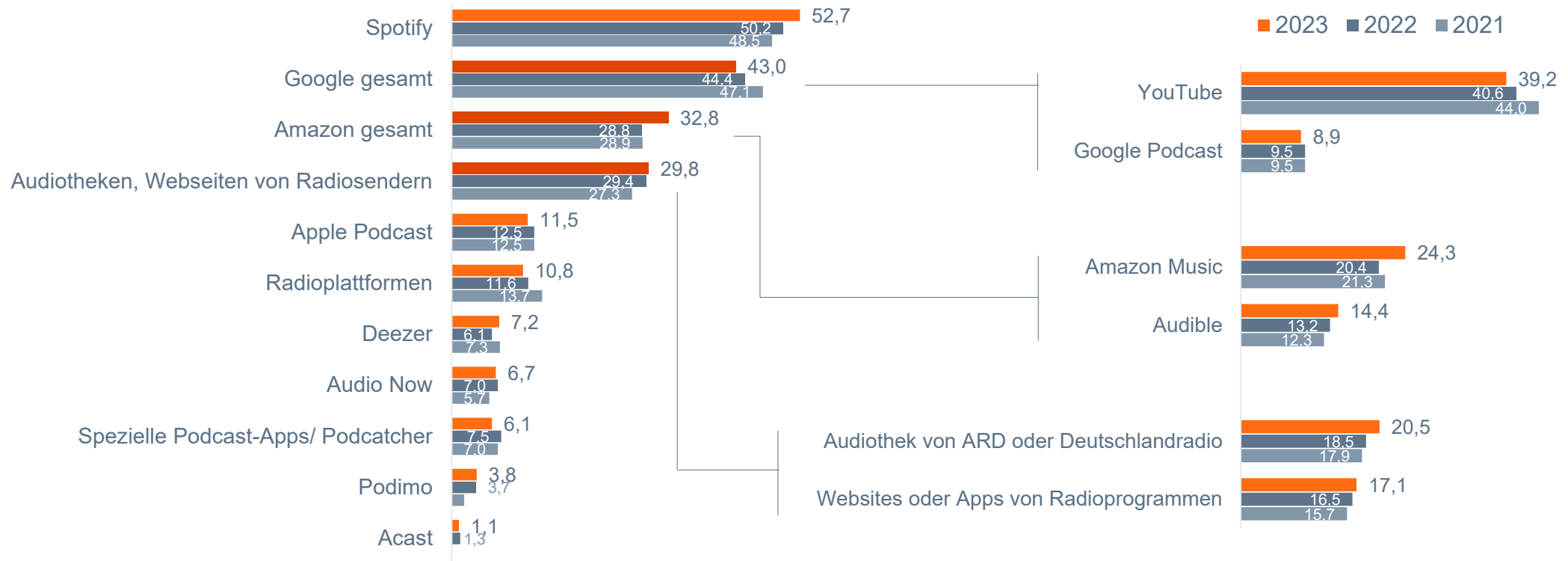


Frage 8: Wenn Sie jetzt einmal an Musikstreaming denken: Welche der folgenden Audiostreaming-Dienste oder Plattformen nutzen Sie zumindest gelegentlich, um Musik zu hören?
 Angaben in Prozent; Basis: 34,180 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland, die Musikstreaming mindestens einmal pro Monat nutzen (n=3.825)

Bei Podcasts baut Spotify seine Führung weiter aus. Amazon kann sich nach deutlichem Zuwachs vor den Audiotheken und Webseiten/Apps der Radiosender platzieren.

Genutzte Plattformen für Podcasts & Radiosendungen zum Nachhören

Angaben in Prozent



Basis: Regelmäßige Nutzende von Podcasts oder Radiosendungen zum Nachhören

Frage 19: Wie nutzen Sie Podcasts bzw. Radiosendungen zum Nachhören? Ist das über...

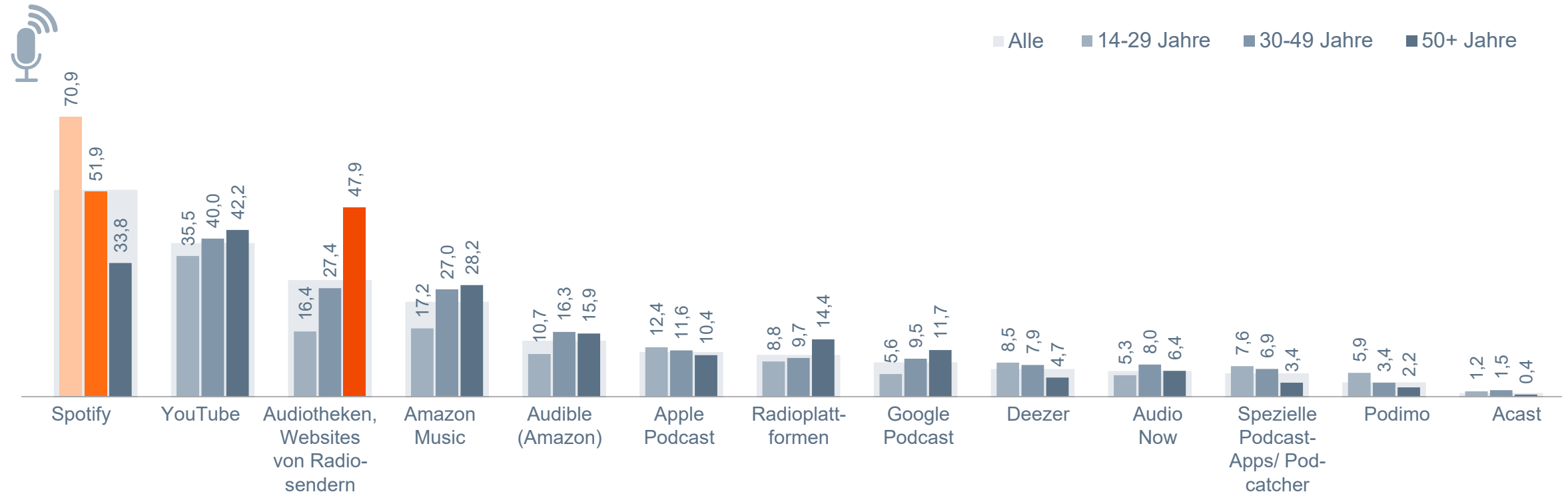
Angaben in Prozent; Basis 2023: 17,553 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die Podcasts bzw. Radiosendungen zum Nachhören mindestens einmal pro Monat hören (n=2.088)

Spotify ist der präferierte Podcast-Zugang der 14 bis 49-Jährigen. Ältere gehen primär über Audiotheken und Websites. YouTube bleibt in allen Altersgruppen auf Platz 2.

Genutzte Plattformen für Podcasts & Radiosendungen zum Nachhören nach Alter

Angaben in Prozent

Basis: Regelmäßige Nutzende von Podcasts oder Radiosendungen zum Nachhören



Frage 19: Wie nutzen Sie Podcasts bzw. Radiosendungen zum Nachhören? Ist das über...

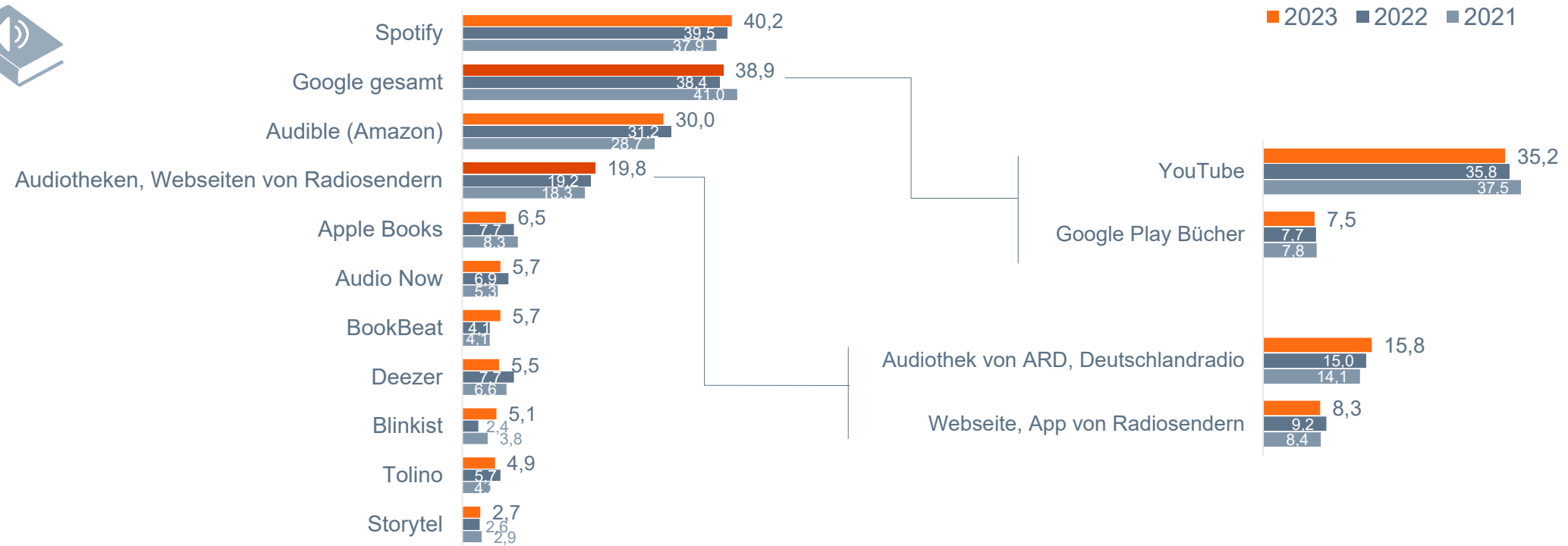
Angaben in Prozent; Basis: 17,553 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die Podcasts bzw. Radiosendungen zum Nachhören mindestens einmal pro Monat hören (n=2.088)

Wenig Veränderung beim Zugang zu Hörbüchern: Spotify ist die erste Adresse, gefolgt von Google (YouTube, Google Play Bücher) und Audible (Amazon).

Genutzte Plattformen für Hörbücher und Hörspiele

Angaben in Prozent

Basis: Regelmäßige Nutzende von Hörbüchern/ Hörspielen



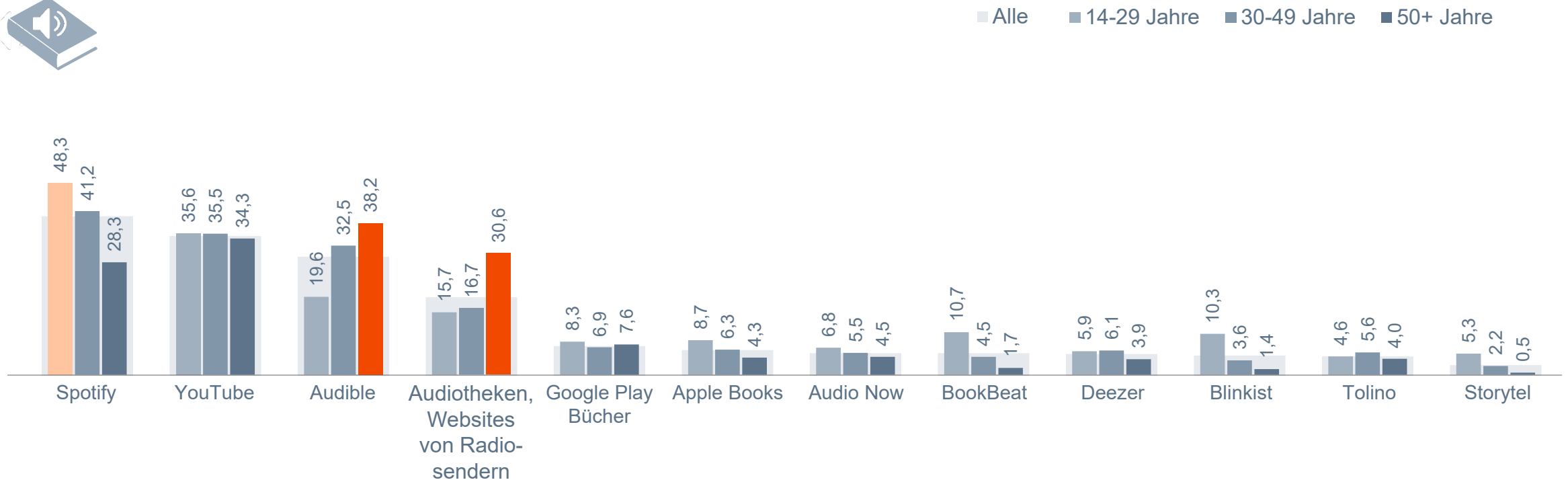
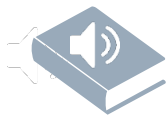
Frage 8A: Wenn Sie jetzt einmal Hörbücher und Hörspiele denken. Über welche der folgenden Dienste oder Plattformen hören Sie zumindest gelegentlich Hörbücher oder Hörspiele?
 Angaben in Prozent; Basis 2023: 13,372 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland, die Hörspiele/ Hörbücher mindestens einmal pro Monat hören (n=1.532)

Beim Zugang zu Hörbüchern/-spielen zeigt sich: Je jünger, desto mehr wird Spotify genutzt. Je älter, desto relevanter sind Audiotheken & Websites von Radiosendern und Audible.

Genutzte Plattformen für Hörbücher und Hörspiele nach Alter

Angaben in Prozent

Basis: Regelmäßige Nutzende von Hörbüchern/ Hörspielen



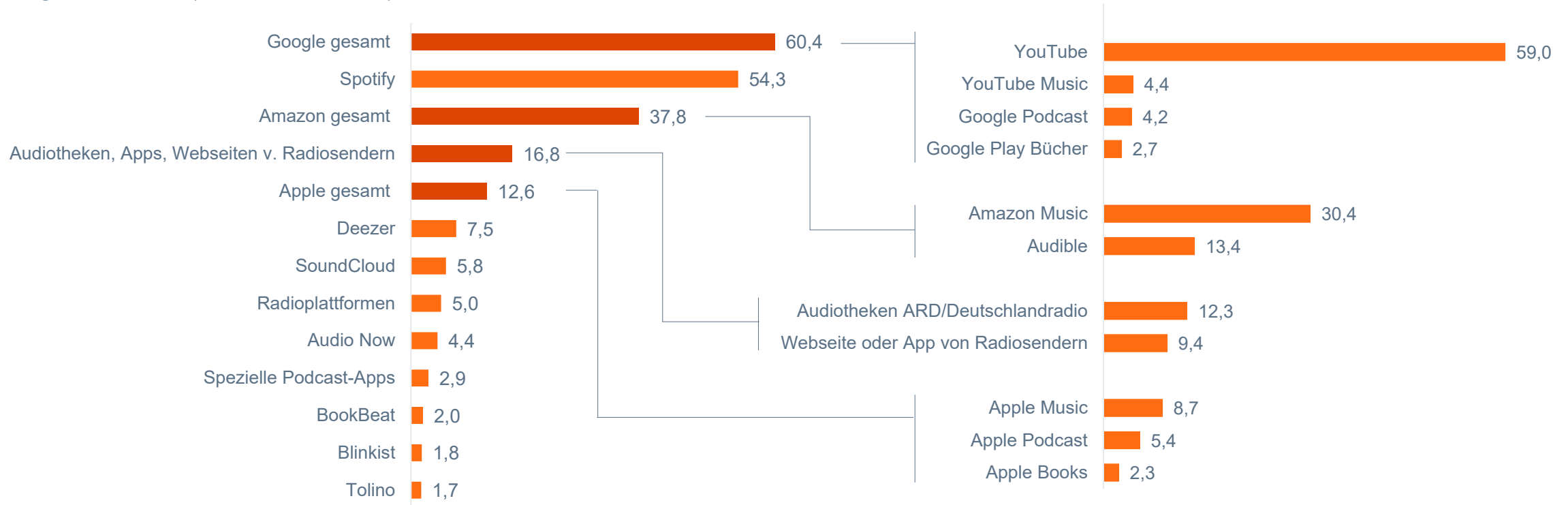
Frage 8A: Wenn Sie jetzt einmal Hörbücher und Hörspiele denken. Über welche der folgenden Dienste oder Plattformen hören Sie zumindest gelegentlich Hörbücher oder Hörspiele?
 Angaben in Prozent; Basis: 13,372 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland, die Hörspiele/ Hörbücher mindestens einmal pro Monat hören (n=1.532)

Im Gesamtranking „On-Demand“ steht Google dank YouTube auf Platz 1 vor Spotify. Mit Abstand folgt Amazon mit Music und Audible.

Genutzte Plattformen für Audio-on-Demand-Angebote (Gesamtranking)

Angaben in Prozent (nur Plattformen ab 1%)

Basis: Regelmäßige Nutzende von Online-Audio-Angeboten auf Abruf



Frage 8 / 8A / 19: Welche der folgenden Audiostreaming-Dienste oder Plattformen nutzen Sie zumindest gelegentlich, um Musik zu hören? / Über welche der folgenden Dienste oder Plattformen hören Sie zumindest gelegentlich Hörbücher oder Hörspiele? / Wie nutzen Sie Podcasts bzw. Radiosendungen zum Nachhören? Ist das über...
 Angaben in Prozent; Basis: 37,467 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland, die Online-Audio-Inhalte auf Abruf mind. einmal pro Monat nutzen (n=4.288)

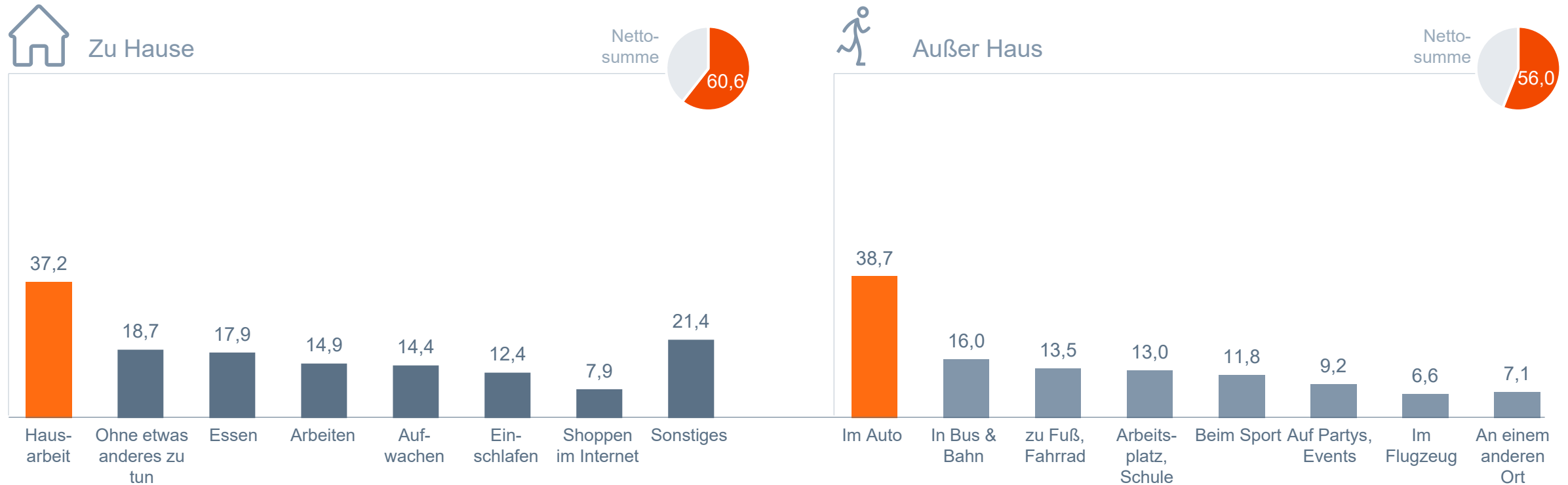
5 Nutzungssituationen

Jeweils gut mehr als die Hälfte der Bevölkerung hört Online-Audio zu Hause bzw. außer Haus. Im Auto und bei der Hausarbeit sind die häufigsten Nutzungssituationen.

Basis: Personen ab 14 Jahre in Deutschland

Nutzungssituationen zu Hause / außer Haus*

Angaben in Prozent



* Aufgrund geänderter Filterführung/Basis keine Trenddarstellung möglich.

Frage 13: Bei welchen Gelegenheiten nutzen Sie gewöhnlich Radio- oder Audio-Angebote über das Internet? Bitte denken Sie dabei sowohl an Angebote, die sie direkt nutzen, als auch an Angebote, die Sie vorher heruntergeladen haben.

Angaben in Prozent; Basis 2023: 70,601 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=8.093)

Nahezu alle regelmäßigen Nutzer:innen hören Online-Audio zu Hause – primär bei der Hausarbeit. Fast neun von zehn auch außer Haus – vor allem im Auto.

Basis: Regelmäßige Online-Audio-Nutzende

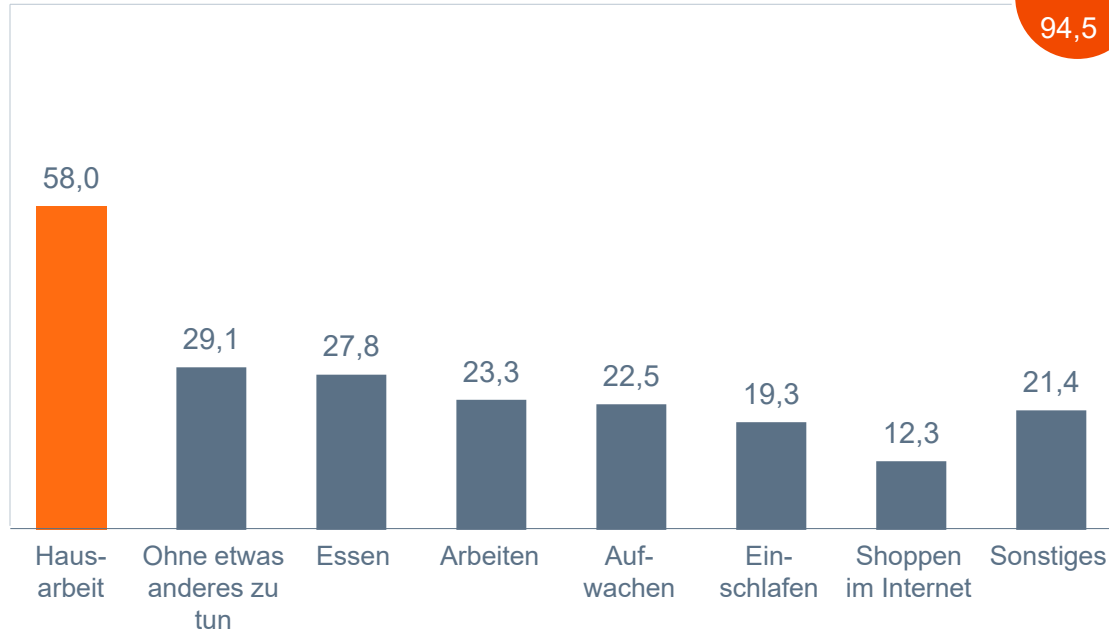
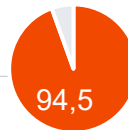
Nutzungssituationen zu Hause / außer Haus*

Angaben in Prozent



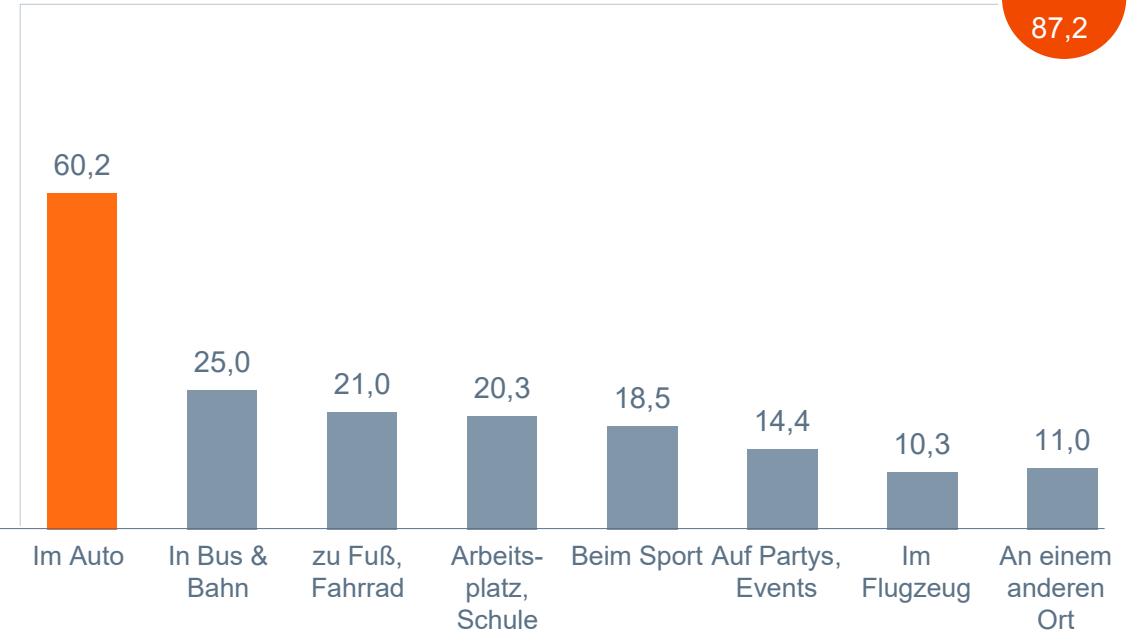
Zu Hause

Netto-
summe



Außer Haus

Netto-
summe



* Aufgrund geänderter Filterführung/Basis keine Trenddarstellung möglich.

Frage 13: Bei welchen Gelegenheiten nutzen Sie gewöhnlich Radio- oder Audio-Angebote über das Internet? Bitte denken Sie dabei sowohl an Angebote, die sie direkt nutzen, als auch an Angebote, die Sie vorher heruntergeladen haben.

Angaben in Prozent; Basis: 45,305 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland, die Online-Audio-Inhalte mind. einmal pro Monat nutzen (n=5.273)

Online-Audio nutzen altersübergreifend die meisten bei der Hausarbeit. Jüngere hören überproportional oft beim Einschlafen, Arbeiten und Online-Shoppen, Ältere häufiger exklusiv.

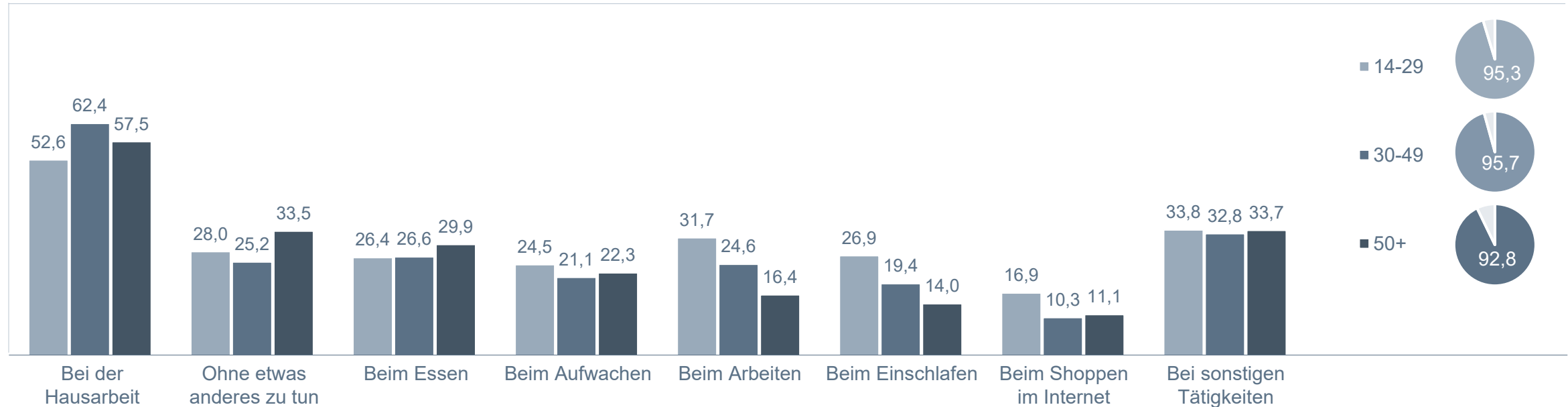
Basis: Regelmäßige Online-Audio-Nutzende

Nutzungssituationen zu Hause nach Alter

Angaben in Prozent



Zu Hause



Frage 13: Bei welchen Gelegenheiten nutzen Sie gewöhnlich Radio- oder Audio-Angebote über das Internet? Bitte denken Sie dabei sowohl an Angebote, die sie direkt nutzen, als auch an Angebote, die Sie vorher heruntergeladen haben. Angaben in Prozent; Basis: 45,305 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland, die Online-Audio-Inhalte mind. einmal pro Monat nutzen (n=5.273)

Über 90 Prozent der unter 50-Jährigen hören Online-Audio auch außer Haus. 14- bis 29-Jährige fast überall vorn, nur im Auto hört anteilig die mittlere Altersgruppe am meisten.

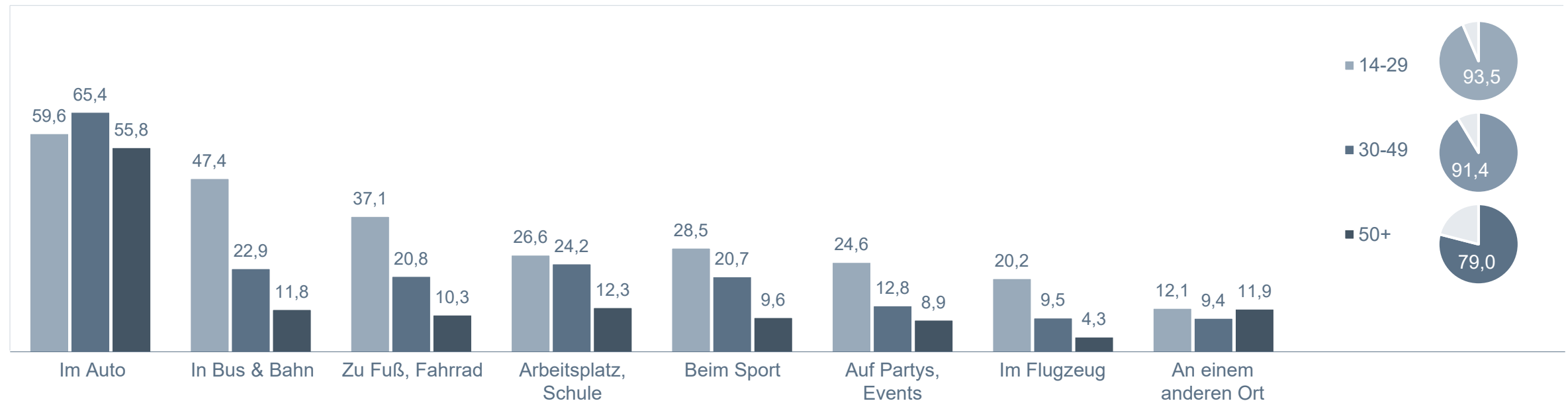
Basis: Regelmäßige Online-Audio-Nutzende

Nutzungssituationen außer Haus nach Alter

Angaben in Prozent



Außer Haus



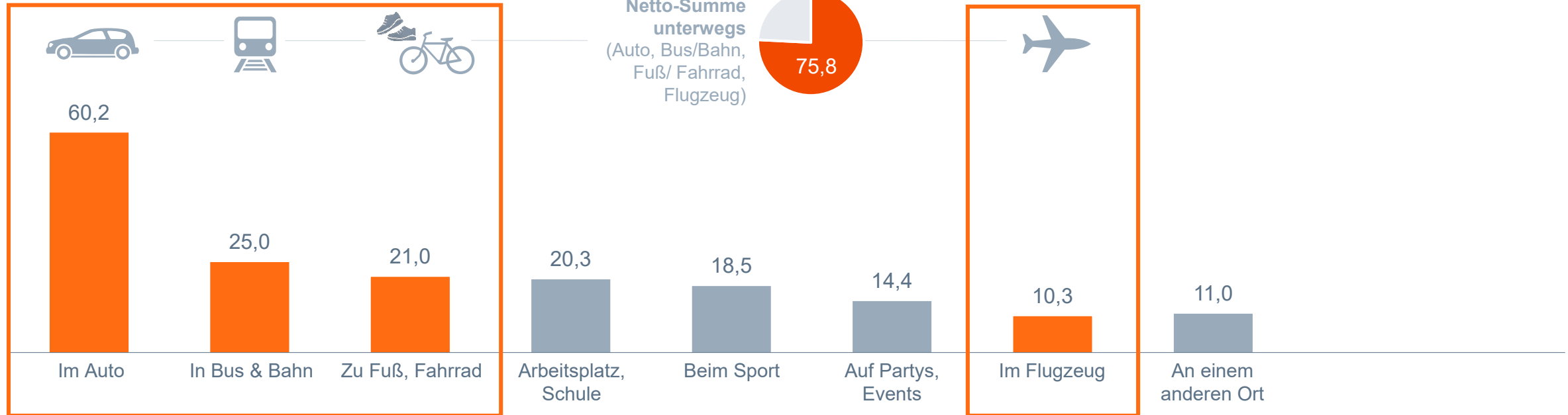
Frage 13: Bei welchen Gelegenheiten nutzen Sie gewöhnlich Radio- oder Audio-Angebote über das Internet? Bitte denken Sie dabei sowohl an Angebote, die sie direkt nutzen, als auch an Angebote, die Sie vorher heruntergeladen haben. Angaben in Prozent; Basis: 45,305 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland, die Online-Audio-Inhalte mind. einmal pro Monat nutzen (n=5.273)

Fokus Online-Audio-Nutzung unterwegs von A nach B: Drei Viertel hören Online-Audio-Inhalte unterwegs im Auto, in Bus & Bahn, zu Fuß/Fahrrad oder im Flugzeug.

Basis: Regelmäßige Online-Audio-Nutzende

Nutzungssituationen außer Haus

Angaben in Prozent



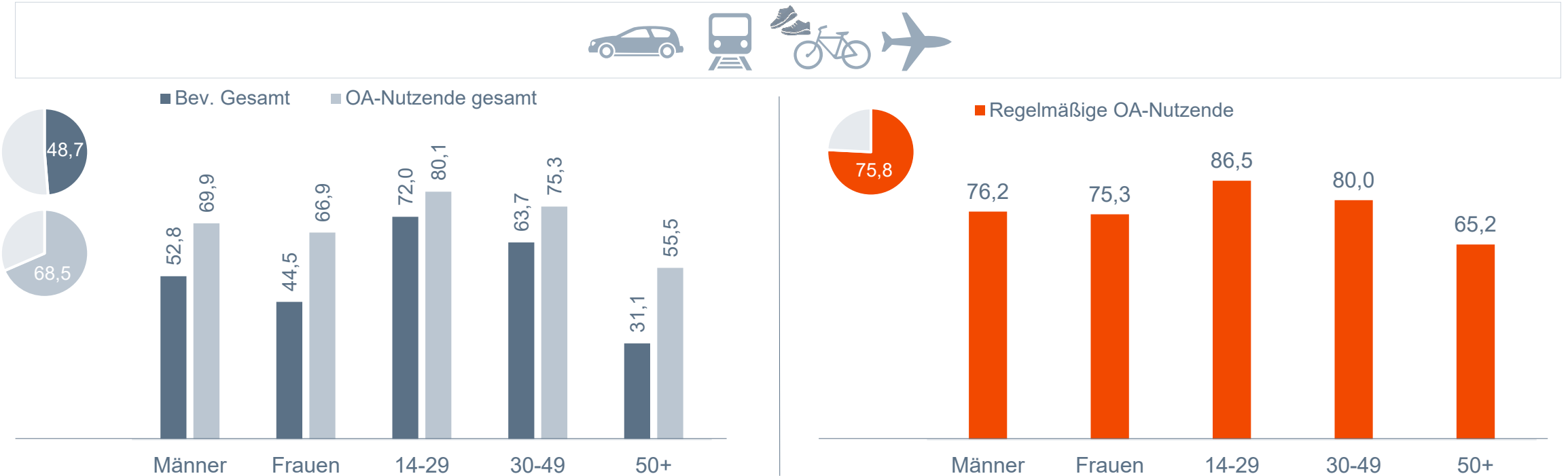
Frage 13: Bei welchen Gelegenheiten nutzen Sie gewöhnlich Radio- oder Audio-Angebote über das Internet? Bitte denken Sie dabei sowohl an Angebote, die sie direkt nutzen, als auch an Angebote, die Sie vorher heruntergeladen haben. Angaben in Prozent; Basis: 45,305 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland, die Online-Audio-Inhalte mind. einmal pro Monat nutzen (n=5.273)

Bezogen auf die Gesamtbevölkerung hört jede:r Zweite Online-Audio auch unterwegs von A nach B. Klarer Zusammenhang zum Alter: Je jünger, desto höher die mobile Nutzung.

Unterwegs-Nutzungssituationen nach Geschlecht und Alter

Angaben in Prozent

Basis links: Personen ab 14 Jahre in Deutschland bzw. Online-Audio-Nutzende; rechts: Regelmäßige Online-Audio-Nutzende



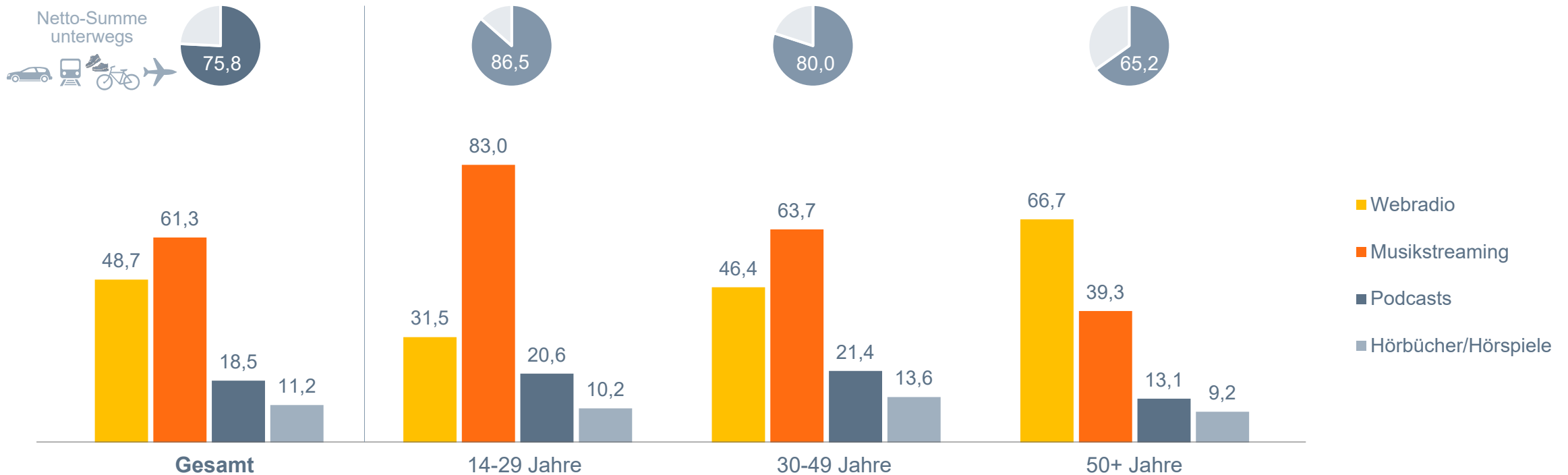
Frage 13: Bei welchen Gelegenheiten nutzen Sie gewöhnlich Radio- oder Audio-Angebote über das Internet? Bitte denken Sie dabei sowohl an Angebote, die sie direkt nutzen, als auch an Angebote, die Sie vorher heruntergeladen haben. Angaben in Prozent; Basis: 45,305 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland, die Online-Audio-Inhalte mind. einmal pro Monat nutzen (n=5.273); 70,601 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=8.093); 50,155 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland (n=5.895)

Unterwegs wird am liebsten Musik gestreamt, vor allem U50. Etwa die Hälfte hört Webradio, vor allem 50+. Fast jede:r Fünfte hört unterwegs Podcasts, rund jede:r Zehnte Hörbücher.

Unterwegs genutzte Online-Audio-Formate nach Alter

Angaben in Prozent

Basis: Regelmäßige Online-Audio-Nutzende unterwegs



Frage 14a: Wenn Sie unterwegs ... Online-Audio-Inhalte nutzen, was hören Sie da jeweils?

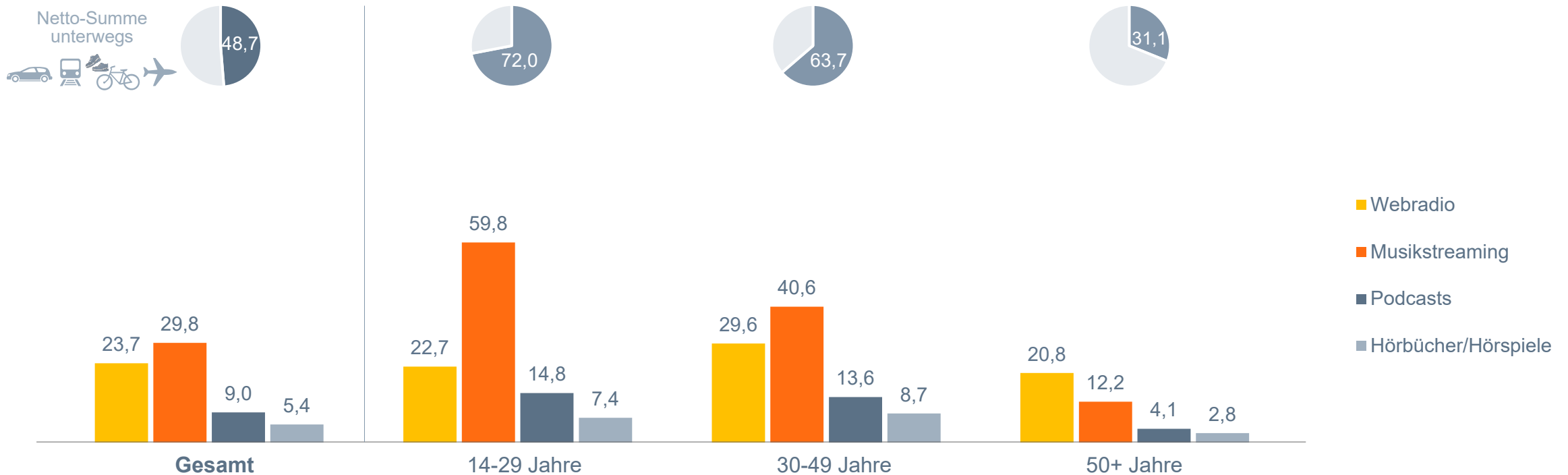
Angaben in Prozent; Basis: 34,351 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland, die Online-Audio-Inhalte mind. einmal pro Monat unterwegs nutzen (n=3.857)

Bezogen auf die Gesamtbevölkerung streamen 60 Prozent der unter 30-Jährigen unterwegs Musik. Die meisten Webradio-Nutzenden finden sich in der Altersgruppe 30-49.

Basis: Personen ab 14 Jahre in Deutschland

Unterwegs genutzte Online-Audio-Formate nach Alter

Angaben in Prozent



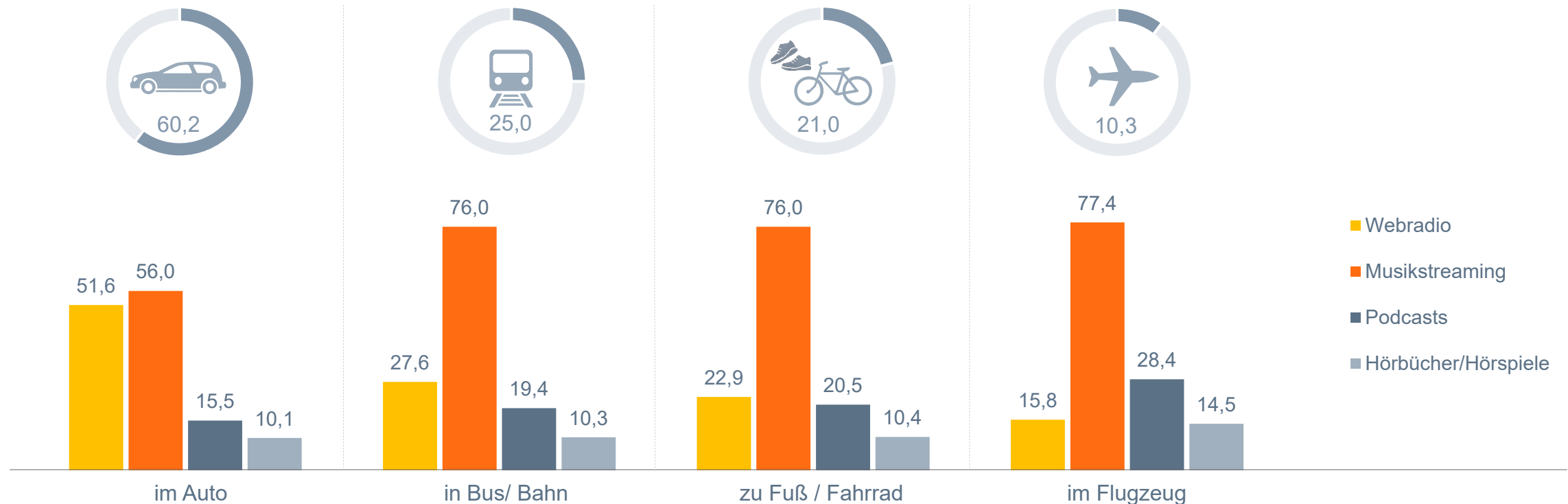
Frage 14a: Wenn Sie unterwegs ... Online-Audio-Inhalte nutzen, was hören Sie da jeweils?; Angaben in Prozent; Basis: 70,601 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=8.093)

Im Auto werden Webradio und Musikstreaming etwa gleichermaßen genutzt. In anderen mobilen Situationen steht Musikstreaming klar an erster Stelle.

Unterwegs genutzte Online-Audio-Formate nach Nutzungssituation

Angaben in Prozent

Basis: Regelmäßige Online-Audio-Nutzende der jeweiligen mobilen Nutzungssituation



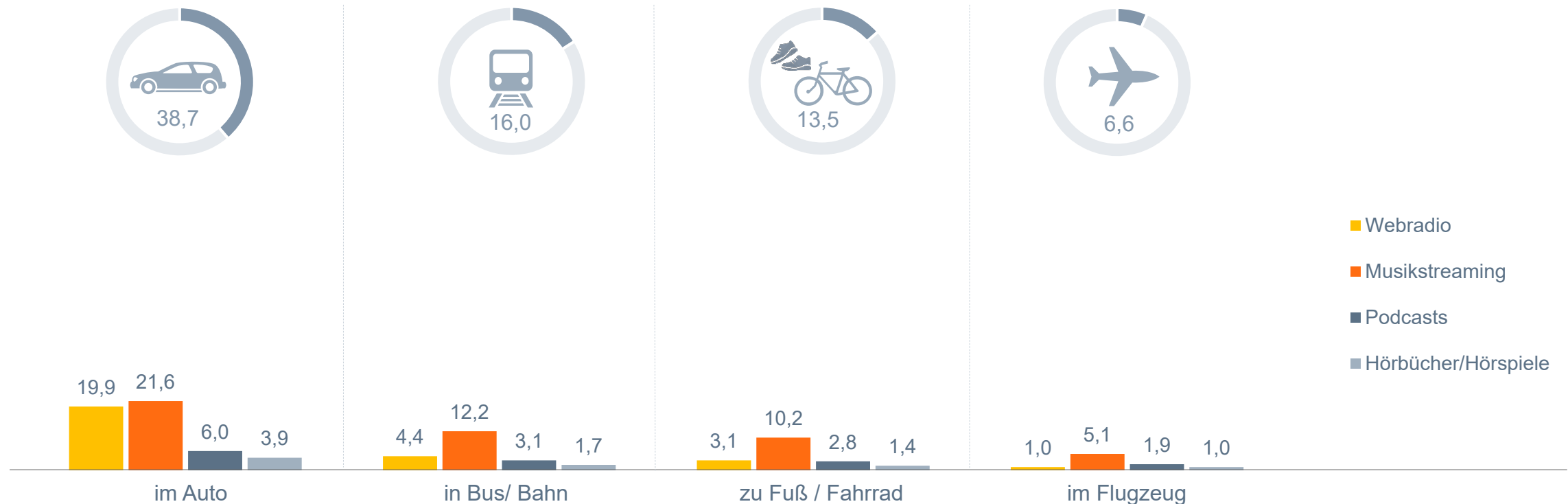
Frage 14a: Wenn Sie unterwegs ... Online-Audio-Inhalte nutzen, was hören Sie da jeweils?; Angaben in Prozent; Basis: 27,289 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland, die Online-Audio-Inhalte im Auto hören (n=3.047) / in Bus und Bahn hören (11,325 Mio., n=1.278) / zu Fuß oder mit dem Fahrrad hören (9,508 Mio., n=1.054) / im Flugzeug hören (4,667 Mio., n=492)

Etwa jeweils ein Fünftel der Bevölkerung hört Webradio und Musikstreaming im Auto. In den anderen Unterwegs-Situationen erreicht nur Musikstreaming einen zweistelligen Wert.

Basis: Personen ab 14 Jahre in Deutschland

Unterwegs genutzte Online-Audio-Formate nach Nutzungssituation

Angaben in Prozent



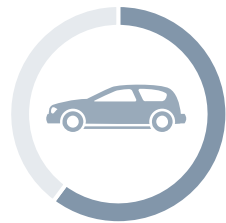
Frage 14a: Wenn Sie unterwegs ... Online-Audio-Inhalte nutzen, was hören Sie da jeweils?; Angaben in Prozent; Basis 2023: 70,601 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=8.093)

Im Auto ist die Hördauer der Audio-Formate unter den jeweiligen Nutzer:innen ähnlich. Sie liegt überwiegend zwischen 15 Minuten und 1 Stunde.

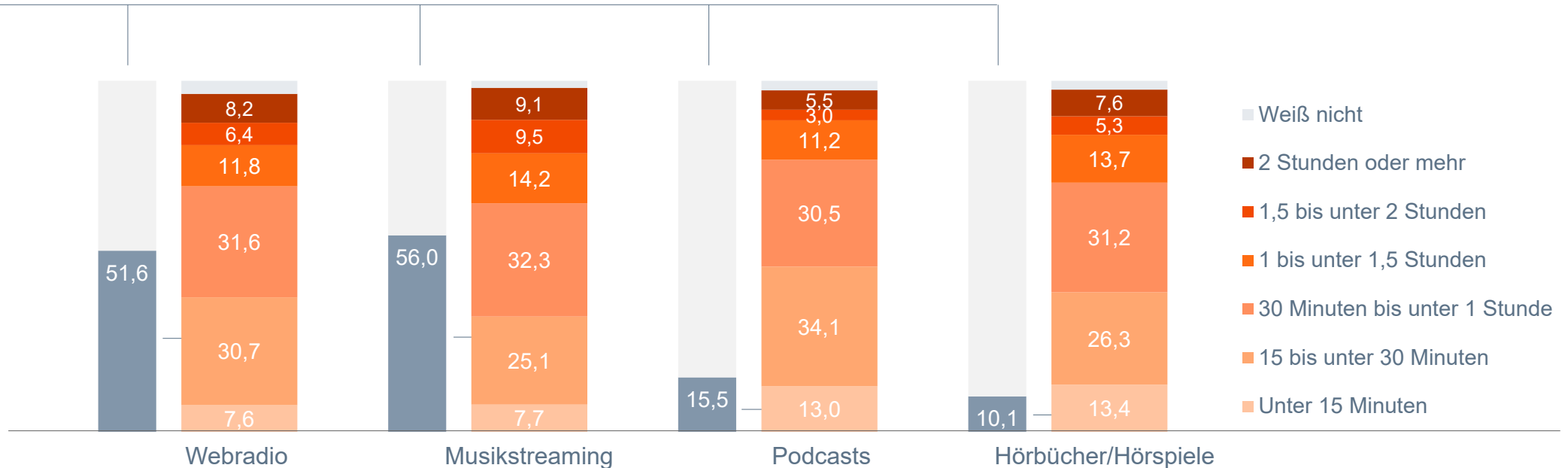
Basis: Online-Audio-Nutzende im Auto

Nutzungsdauer der Online-Audio-Formate im Auto

Angaben in Prozent



60,2% der regelmäßigen OA-Nutzenden hören Online-Audio im Auto, davon ...



Frage 14b: Und wenn Sie jetzt an einen ganz normalen Tag unter der Woche denken, an dem Sie üblicherweise ... (Nutzungssituation) ... (Online-Audio Formate) hören. Wie lange hören Sie da ungefähr ...?
 Angaben in Prozent; Basis: 27,289 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland, die Online-Audio-Inhalte im Auto hören (n=3.047), davon Webradio (14,075 Mio./ n=1.618), Musikstreaming (15,283 Mio./ n=1.597), Podcasts oder Radiosendungen zum Nachhören (4,237 Mio./ n=510), Hörbücher/Hörspiele (2,758 Mio./ n=309)

In Bus und Bahn ist die Nutzungsdauer über die verschiedenen Formate hinweg ebenfalls recht ausgeglichen. Hörbücher bzw. Hörspiele werden hier etwas intensiver genutzt.

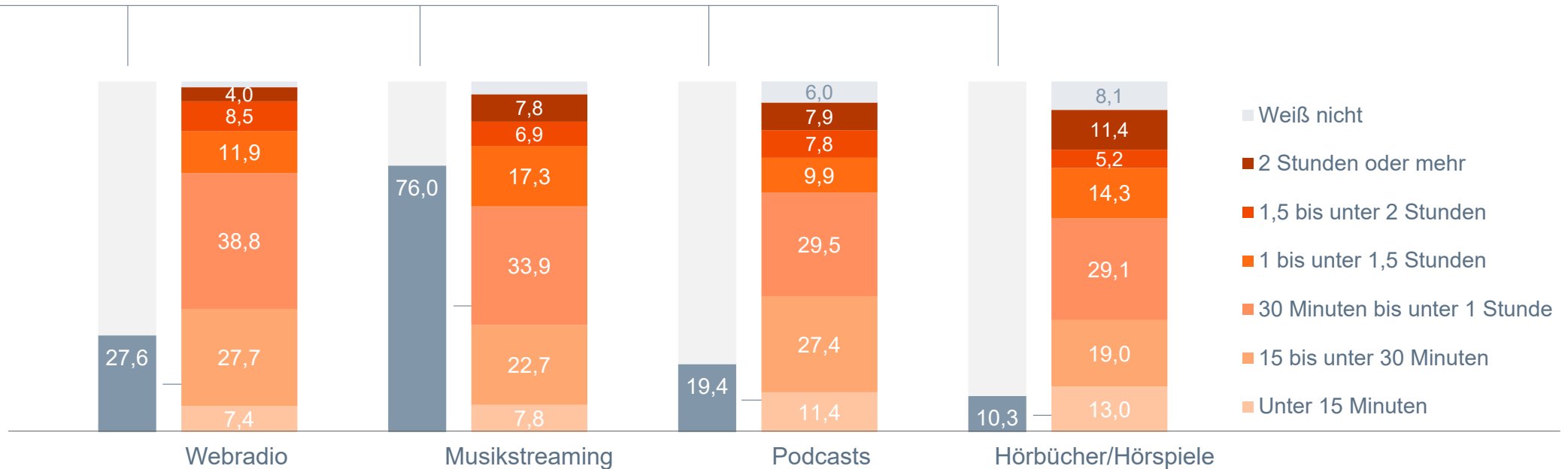
Basis: Online-Audio-Nutzende in Bus/Bahn

Nutzungsdauer der Online-Audio-Formate in Bus und Bahn

Angaben in Prozent



25,0% der regelmäßigen OA-Nutzenden hören Online-Audio in Bus oder Bahn, davon ...



Frage 14b: Und wenn Sie jetzt an einen ganz normalen Tag unter der Woche denken, an dem Sie üblicherweise ... (Nutzungssituation) ... (Online-Audio Formate) hören. Wie lange hören Sie da ungefähr ...?
 Angaben in Prozent; Basis: 27,289 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland, die Online-Audio-Inhalte in Bus und Bahn hören (11,325 Mio., n=1.278), davon Webradio (3,126 Mio./ n=353), Musikstreaming (8,598 Mio./ n=971), Podcasts oder Radiosendungen zum Nachhören (2,192 Mio./ n=248), Hörbücher/Hörspiele (1,171 Mio./ n=132)

Zu Fuß oder mit dem Fahrrad werden Hörbücher von Nutzenden häufiger auch länger gehört.

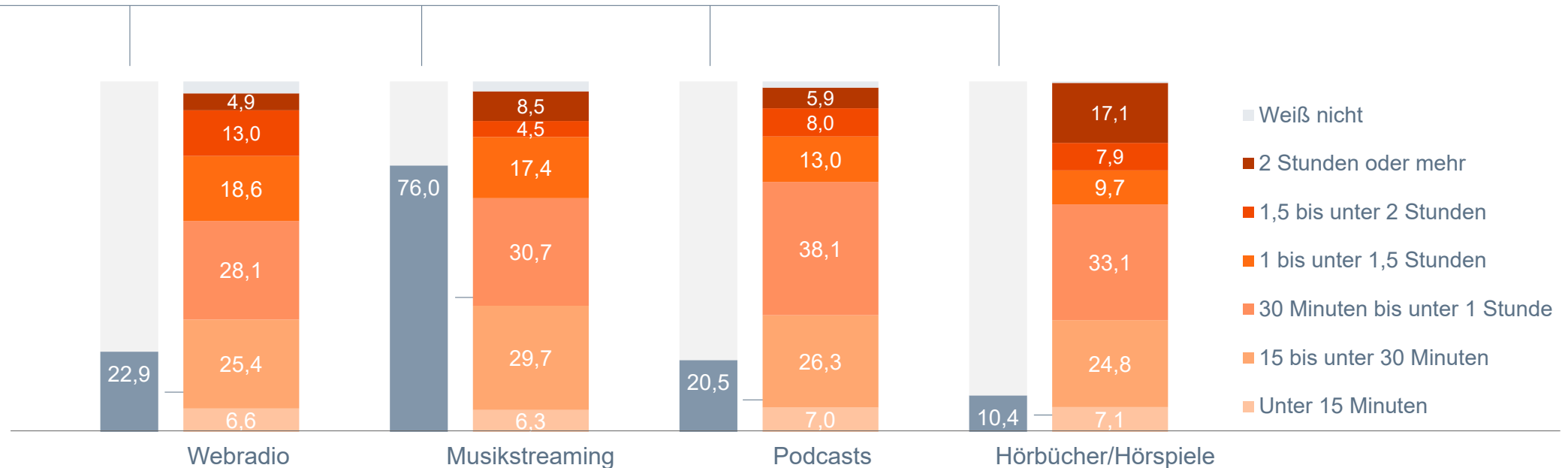
Nutzungsdauer der Online-Audio-Formate zu Fuß oder mit dem Fahrrad

Angaben in Prozent

Basis: Online-Audio-Nutzende zu Fuß oder mit dem Fahrrad



21,0% der regelmäßigen OA-Nutzenden hören Online-Audio zu Fuß oder mit dem Fahrrad, davon ...



Frage 14b: Und wenn Sie jetzt an einen ganz normalen Tag unter der Woche denken, an dem Sie üblicherweise ... (Nutzungssituation) ... (Online-Audio Formate) hören. Wie lange hören Sie da ungefähr ...?
 Angaben in Prozent; Basis: 27,289 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland, die Online-Audio-Inhalte zu Fuß oder mit dem Fahrrad hören (9,508 Mio., n=1.054), davon Webradio (2,181 Mio./ n=241), Musikstreaming (7,211 Mio./ n=801), Podcasts oder Radiosendungen zum Nachhören (1,942 Mio./ n=216), Hörbücher/Hörspiele (0,992 Mio./ n=110)

Am ausgiebigsten werden die Audio-Inhalte auf (Langstrecken-)Flügen genutzt. Das gilt besonders für On-Demand-Formate.

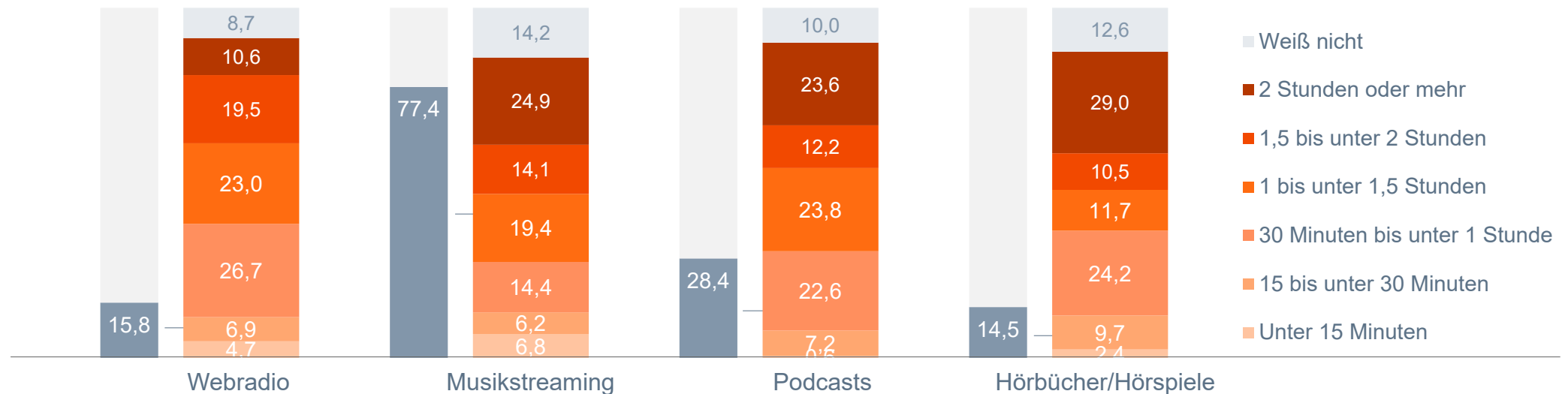
Basis: Online-Audio-Nutzende im Flugzeug

Nutzungsdauer der Online-Audio-Formate im Flugzeug

Angaben in Prozent, **Achtung: geringe Fallzahl**



10,3% der regelmäßigen OA-Nutzenden hören Online-Audio im Flugzeug, davon ...



Frage 14b: Und wenn Sie jetzt an einen ganz normalen Tag unter der Woche denken, an dem Sie üblicherweise ... (Nutzungssituation) ... (Online-Audio Formate) hören. Wie lange hören Sie da ungefähr ...?
 Angaben in Prozent; Basis: 27,289 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland, die Online-Audio-Inhalte im Flugzeug hören (4,667 Mio., n=492), davon Webradio (0,739 Mio./ n=78), Musikstreaming (3,588 Mio./ n=381), Podcasts oder Radiosendungen zum Nachhören (1,942 Mio./ n=140), Hörbücher/Hörspiele (0,992 Mio./ n=71)

6 Online-Audio im Auto

Im Auto hören aktuell fast vier von zehn Personen ab 14 Jahren Audio-Inhalte über das Internet. Es sind primär die 14- bis 49-Jährigen und formal höher Gebildeten.

Basis: Personen ab 14 Jahre in Deutschland

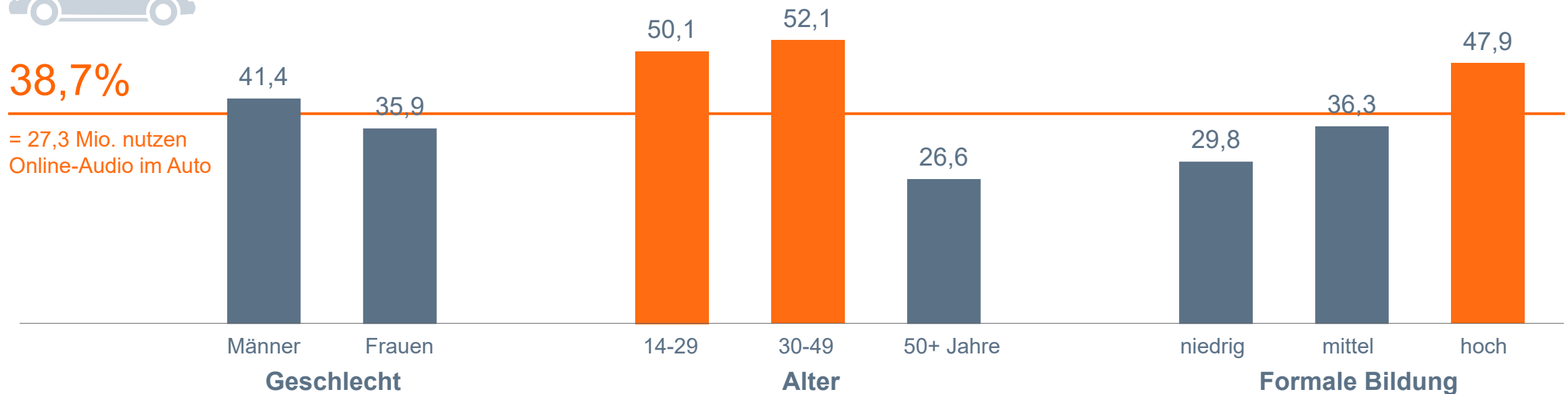
Online-Audio-Nutzung gesamt im Auto

Angaben in Prozent



38,7%

= 27,3 Mio. nutzen
Online-Audio im Auto



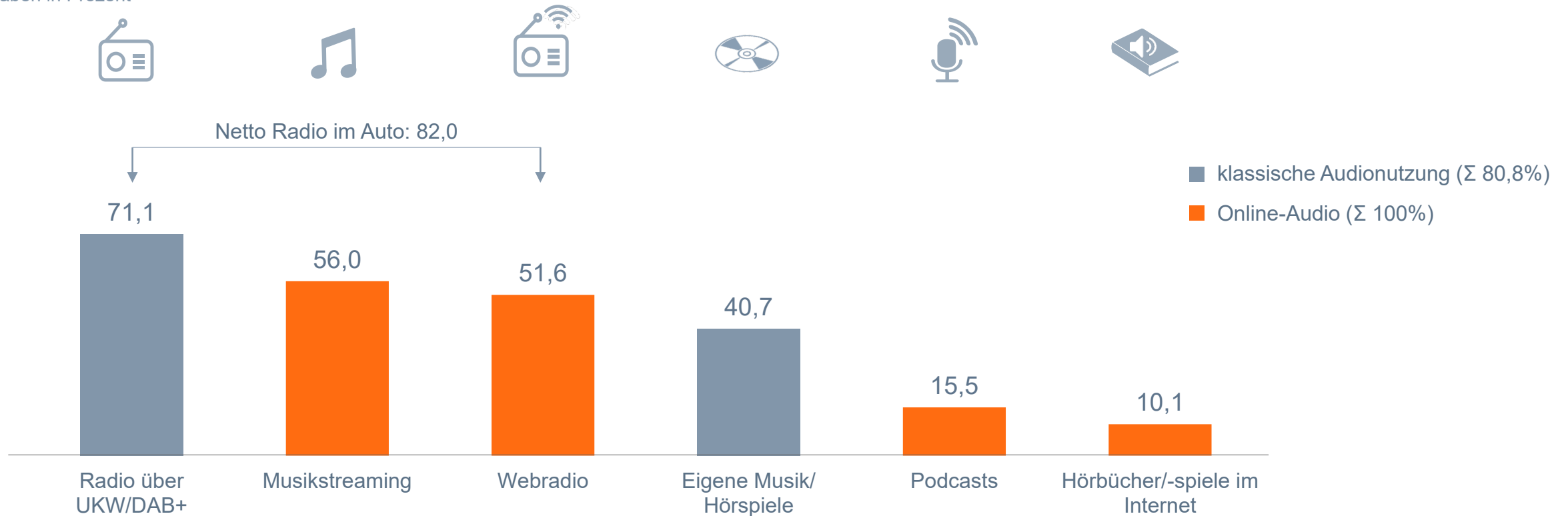
Frage 13: Bei welchen Gelegenheiten nutzen Sie gewöhnlich Radio- oder Audio-Angebote über das Internet? Bitte denken Sie dabei sowohl an Angebote, die Sie direkt nutzen, als auch an Angebote, die Sie vorher heruntergeladen haben.
Angaben in Prozent; Basis: 70,601 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=8.093)

Radio steht im Auto klar an erster Stelle und wird selbst von Online-Audio-Nutzenden vorrangig über UKW/DAB+ gehört. Musikstreaming hat hingegen den klassischen Tonträgern bereits den Rang abgelassen.

Genutzte Radio- und Audio-Inhalte im Auto

Angaben in Prozent

Basis: Online-Audio-Nutzende im Auto



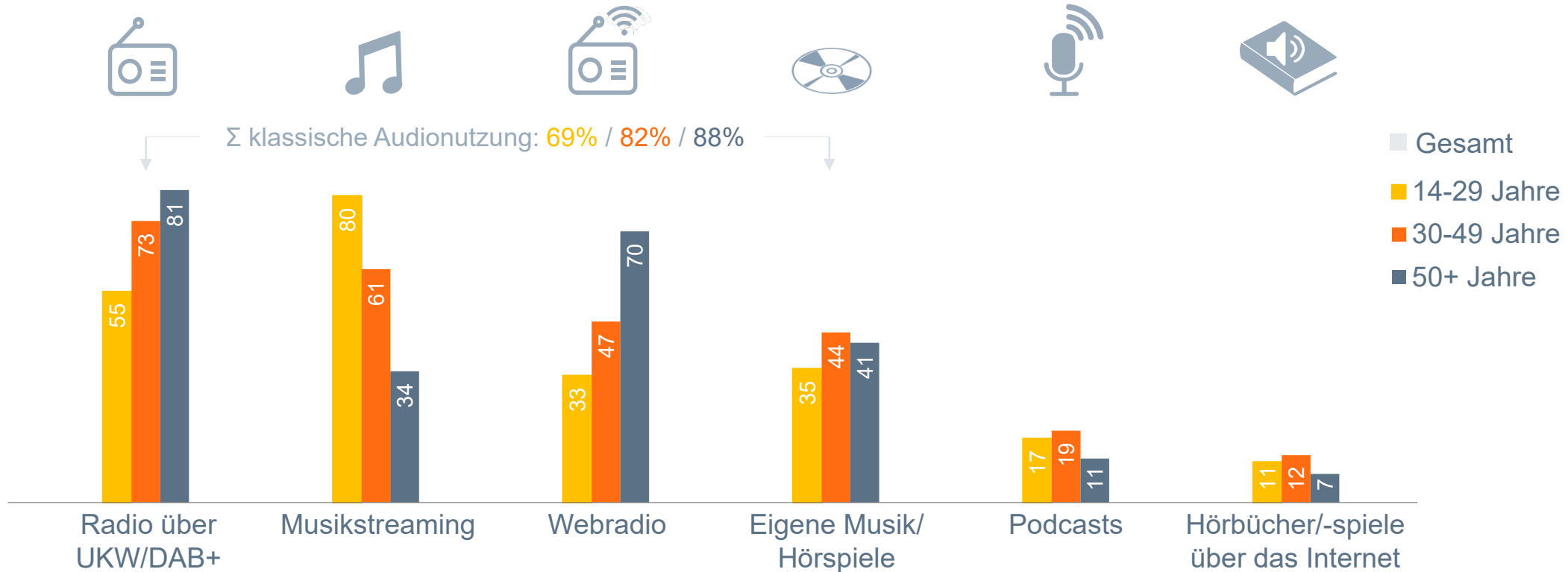
Frage 14a: Wenn Sie unterwegs ... Online-Audio-Inhalte nutzen, was hören Sie da jeweils?, Frage 23: Sie haben vorhin angegeben, dass Sie unterwegs im Auto <...> hören. Hören Sie darüber hinaus auch...?
 Angaben in Prozent; Basis: 27,289 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland, die Online-Audio-Inhalte im Auto nutzen (n=3.047)

Die Audio-Nutzung im Auto zeigt einen klaren Zusammenhang zum Alter: Je älter, desto mehr Webradio und klassische Nutzung. Je jünger, desto mehr Musikstreaming.

Genutzte Radio- und Audio-Inhalte im Auto nach Alter

Angaben in Prozent

Basis: Online-Audio-Nutzende im Auto



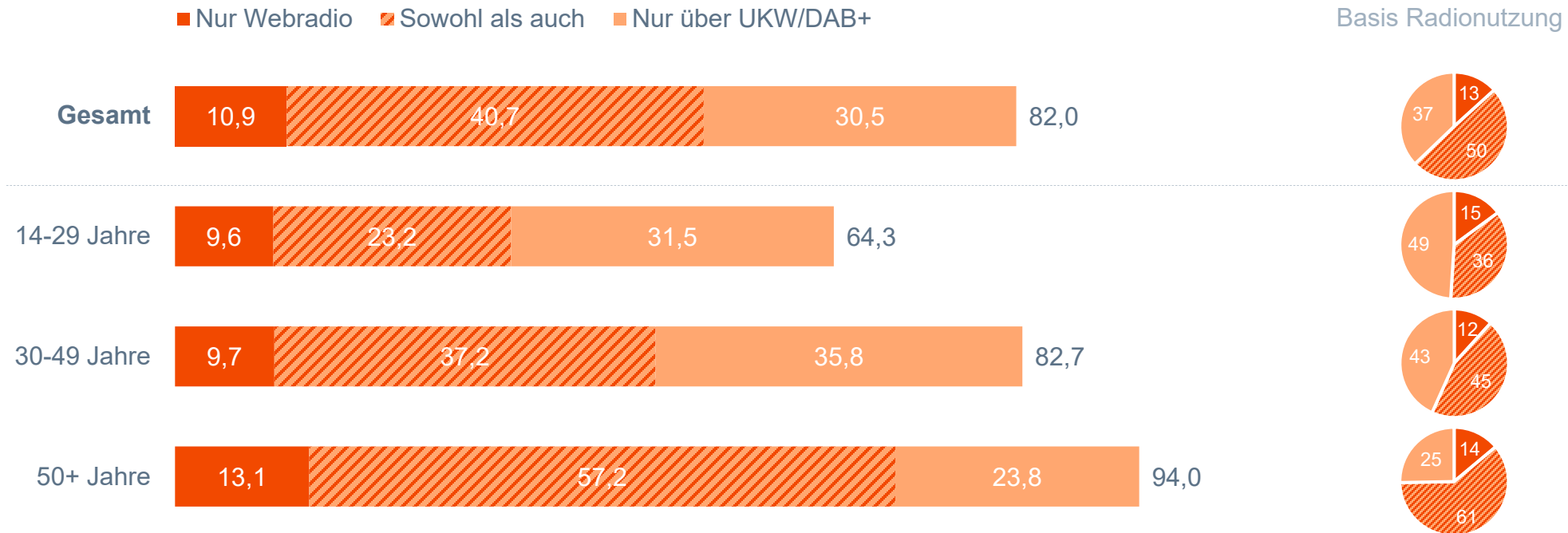
Frage 14a: Wenn Sie unterwegs ... Online-Audio-Inhalte nutzen, was hören Sie da jeweils?, Frage 23: Sie haben vorhin angegeben, dass Sie unterwegs im Auto <...> hören. Hören Sie darüber hinaus auch...?
 Angaben in Prozent; Basis: 27,289 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland, die Online-Audio-Inhalte im Auto nutzen (n=3.047)

Im Verhältnis zur Radio-Gesamtnutzung im Auto weisen 30- bis 49-Jährige den höchsten Exklusivanteil für klassisches Radio auf.

Radionutzung im Auto: webbasiert vs. klassisch

Angaben in Prozent

Basis: Online-Audio-Nutzende im Auto



Frage 14a: Wenn Sie unterwegs ... Online-Audio-Inhalte nutzen, was hören Sie da jeweils?, Frage 23: Sie haben vorhin angegeben, dass Sie unterwegs im Auto <...> hören. Hören Sie darüber hinaus auch...?
 Angaben in Prozent; Basis: 27,289 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland, die Online-Audio-Inhalte im Auto nutzen (n=3.047)

Musikstreaming und Webradio werden häufiger auch länger abgespielt, während nicht webbasierte Audio-Medien (sowie Podcasts) im Auto oft nur bis zu 30 Minuten laufen.

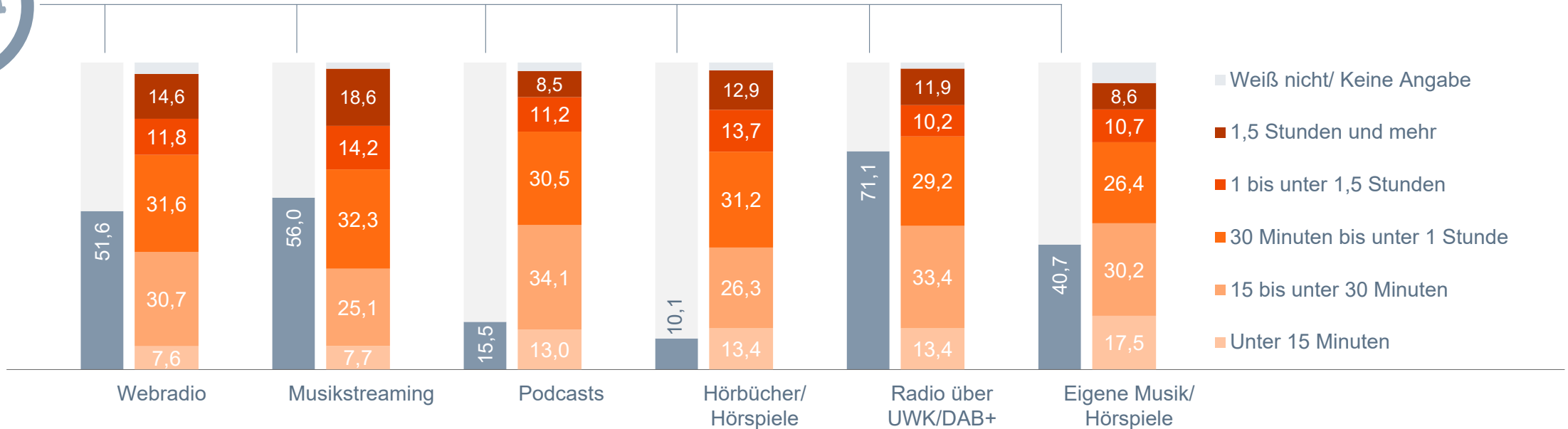
Nutzungsdauer der Online-Audio-Formate im Auto

Angaben in Prozent

Basis: Online-Audio-Nutzende im Auto, die das jeweilige Audio-Format nutzen



60,2% der regelmäßigen Online-Audio-Nutzenden hören Online-Audio im Auto, davon ...



Frage 14b: Und wenn Sie jetzt an einen ganz normalen Tag unter der Woche denken, an dem Sie üblicherweise im Auto ... (Online-Audio Formate) hören. Wie lange hören Sie da ungefähr ...?, Frage 24: Und wenn Sie jetzt an einen ganz normalen Tag unter der Woche denken, an dem Sie üblicherweise im Auto <...> hören. Wie lange hören Sie da im Auto?; Angaben in Prozent; Basis: 27,289 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland, die Online-Audio-Inhalte im Auto hören (n=3.047), davon Webradio (14,075 Mio./ n=1.618), Musikstreaming (15,283 Mio./ n=1.597), Podcasts oder Radiosendungen zum Nachhören (4,237 Mio./ n=510), Hörbücher/Hörspiele (2,758 Mio./ n=309), Radio über UWK/DAB+ (19,414 Mio./n=2.228), Eigene Musik/Hörspiele (11,114 Mio./n=1.260)

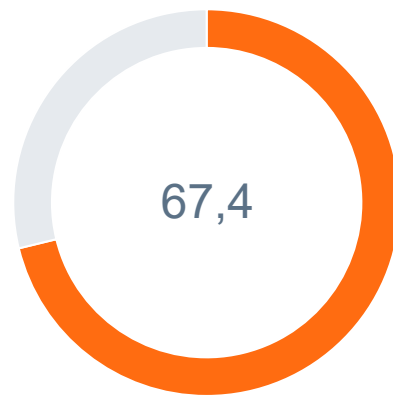
Audio-Nutzung im Auto erfolgt überwiegend über das Autoradio bzw. Infotainmentsystem: Zwei Drittel hören Audio-Inhalte direkt darüber, etwa jede:r Zweite koppelt das Smartphone oder Tablet damit.

Endgeräte für Audio-Nutzung im Auto

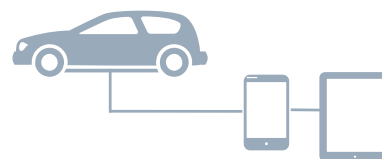
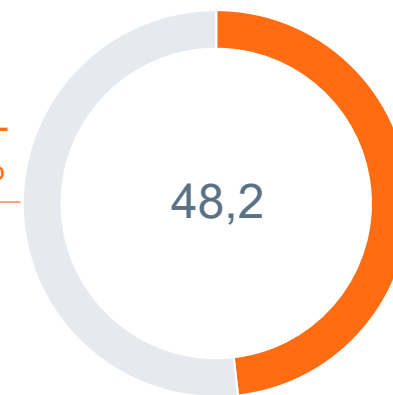
Angaben in Prozent

Basis: Online-Audio-Nutzende im Auto

Direkt über das Autoradio/
Infotainmentsystem

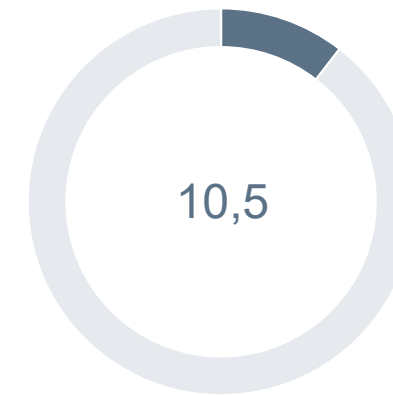


Smartphone/Tablet gekoppelt mit
dem Autoradio/Infotainmentsystem



Σ Infotainment-
system: 90,7%

Direkt am Smartphone oder
Tablet ohne Kopplung



Frage 24a: Denken Sie jetzt an alle Audio-Inhalte, die Sie im Auto hören: An welchen Geräten hören Sie Radio- oder andere Audio-Angebote unterwegs im Auto?
Angaben in Prozent; Basis: 27,289 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland, die Online-Audio-Inhalte im Auto nutzen (n=3.047)

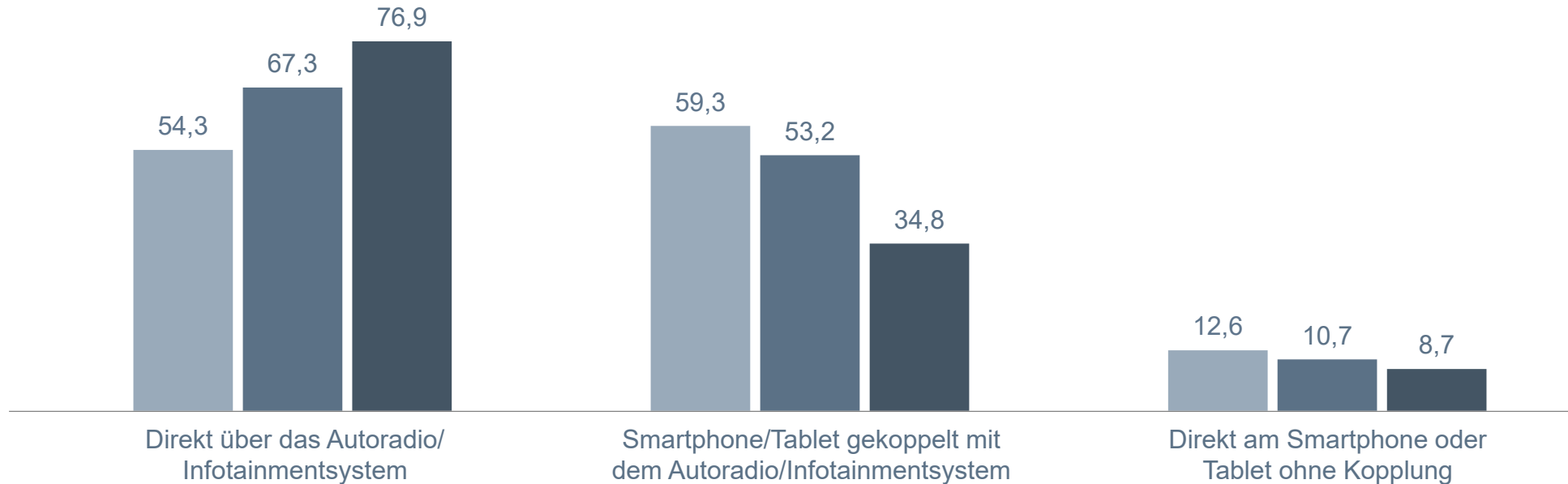
Das festinstallierte Gerät im Auto ist der meistgenutzte Zugang der über 30-Jährigen. Die unter 30-Jährigen rufen hier Audio-Inhalte etwas mehr über Smartphone und Tablet auf.

Endgeräte für Audio-Nutzung im Auto nach Alter

Angaben in Prozent

Basis: Online-Audio-Nutzende im Auto

■ 14-29 Jahre ■ 30-49 Jahre ■ 50+ Jahre



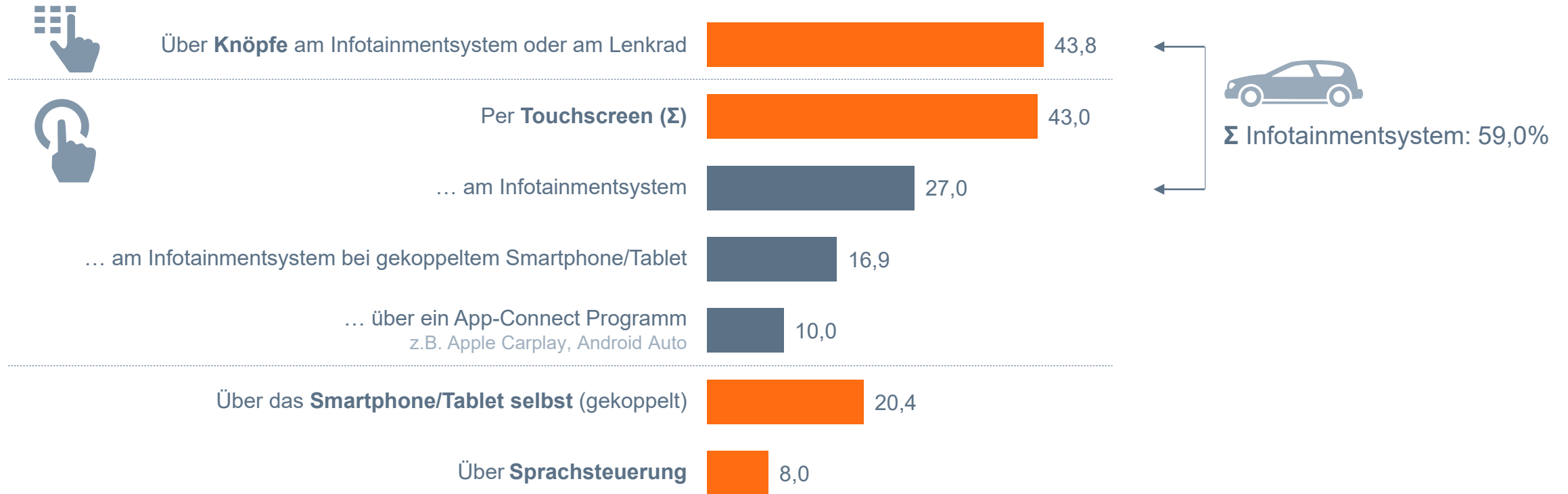
Frage 24a: Denken Sie jetzt an alle Audio-Inhalte, die Sie im Auto hören: An welchen Geräten hören Sie Radio- oder andere Audio-Angebote unterwegs im Auto?
 Angaben in Prozent; Basis: 27,289 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland, die Online-Audio-Inhalte im Auto nutzen (n=3.047)

Die Bedienung im Auto erfolgt zumeist über das Infotainmentsystem. Jede:r Fünfte steuert die Auswahl über das gekoppelte Mobilgerät. Sprachsteuerung wird im Auto noch selten genutzt.

Bedienung der Audio-Inhalte im Auto

Angaben in Prozent

Basis: Online-Audio-Nutzende im Auto



Frage 24b: Wie bedienen bzw. aktivieren Sie die Audio-Inhalte im Auto?

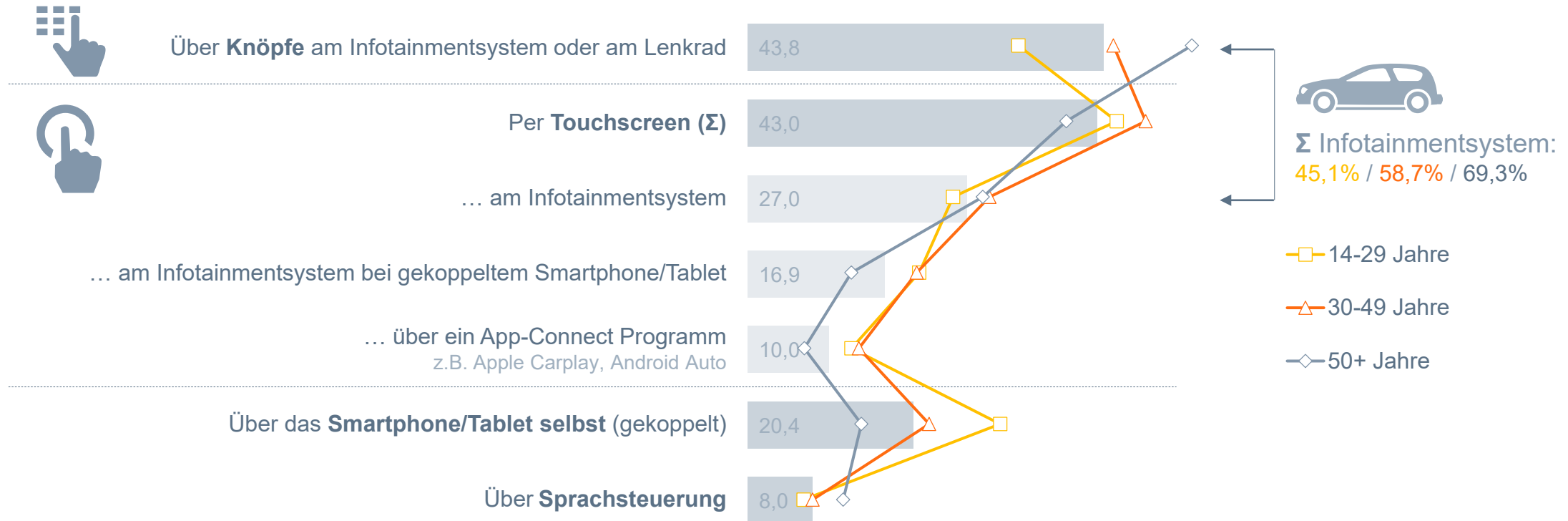
Angaben in Prozent; Basis: 27,289 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland, die Online-Audio-Inhalte im Auto nutzen (n=3.047)

Entsprechend der Gerätepräferenz findet auch die Bedienung durch junge Online-Audio-Nutzer:innen im Auto häufiger über das Smartphone/Tablet direkt statt.

Bedienung der Audio-Inhalte im Auto nach Alter

Angaben in Prozent

Basis: Online-Audio-Nutzende im Auto



Frage 24b: Wie bedienen bzw. aktivieren Sie die Audio-Inhalte im Auto?

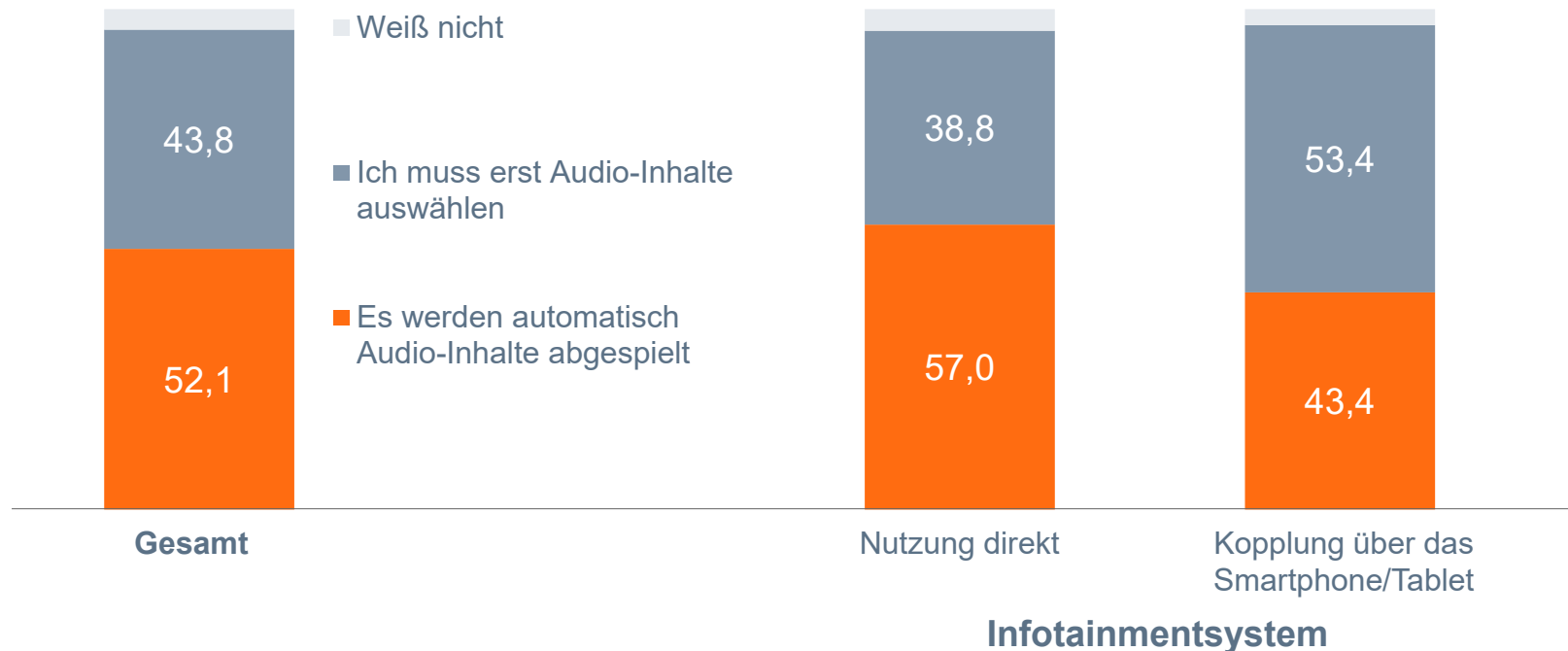
Angaben in Prozent; Basis: 27,289 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland, die Online-Audio-Inhalte im Auto nutzen (n=3.047)

In über der Hälfte der Fälle starten Audio-Inhalte nach dem Einsteigen/Starten des Autos automatisch – überdurchschnittlich oft, wenn die Steuerung direkt über das Infotainmentsystem erfolgt.

Infotainmentsystem: automatisches vs. manuelles Abspielen

Angaben in Prozent

Basis: Online-Audio-Nutzende im Auto über das Infotainmentsystem



Frage 24c: Und wie ist das, wenn Sie ins Auto einsteigen bzw. das Auto starten? Was passiert dabei in der Regel?

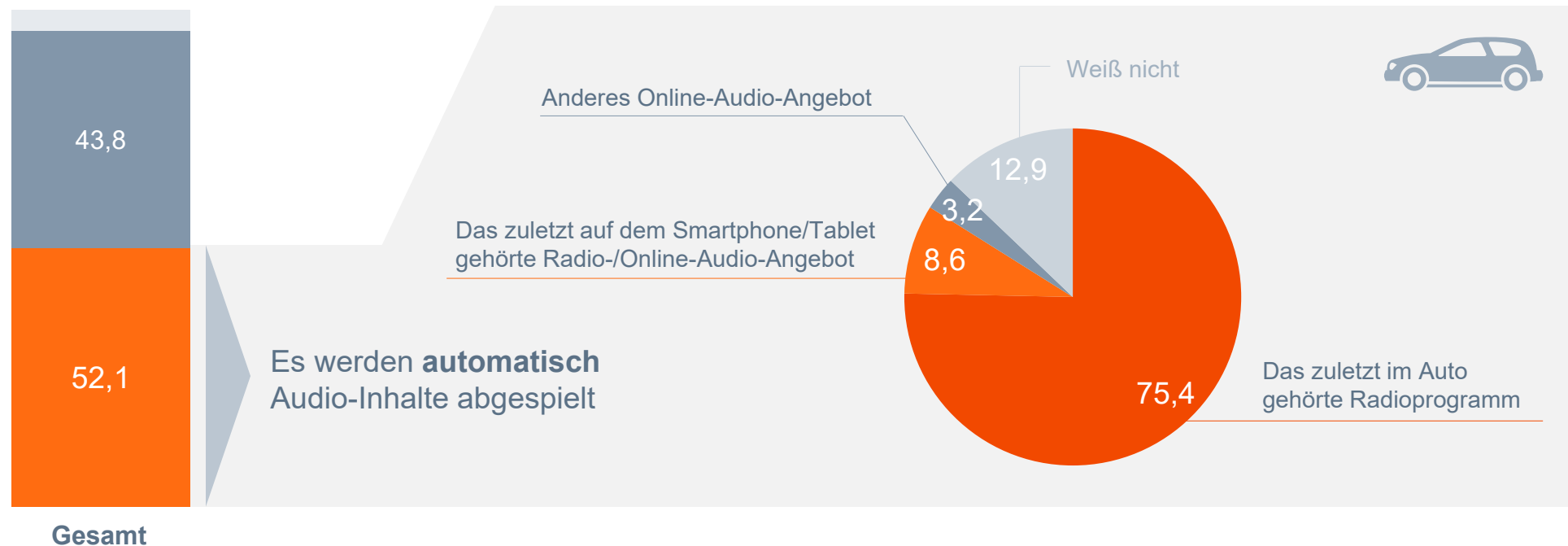
Angaben in Prozent; Basis: 24,748 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland, die Online-Audio-Inhalte im Auto über das Infotainmentsystem nutzen (n=2.764)

Bei der Hälfte wird ein Audio-Inhalt nach dem Einsteigen/Starten des Autos automatisch abgespielt, in der Regel das zuletzt gehört Radioprogramm.

Automatischer Start von Audio-Inhalten im Auto

Angaben in Prozent

Basis: Online-Audio-Nutzende im Auto
(rechts: mit automatischem Audio-Start)



Frage 24d: Und was startet da automatisch in der Regel?

Angaben in Prozent; Basis: 24,748 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland, die Online-Audio-Inhalte im Auto nutzen (n=2.764); rechts: ... und angeben, dass ein Audio-Inhalt (nach dem Einsteigen/Starten des Autos) automatisch startet (n=1.401 / 12,894 Mio.)

7

Podcasts/Radiosendungen zum Nachhören

7.1

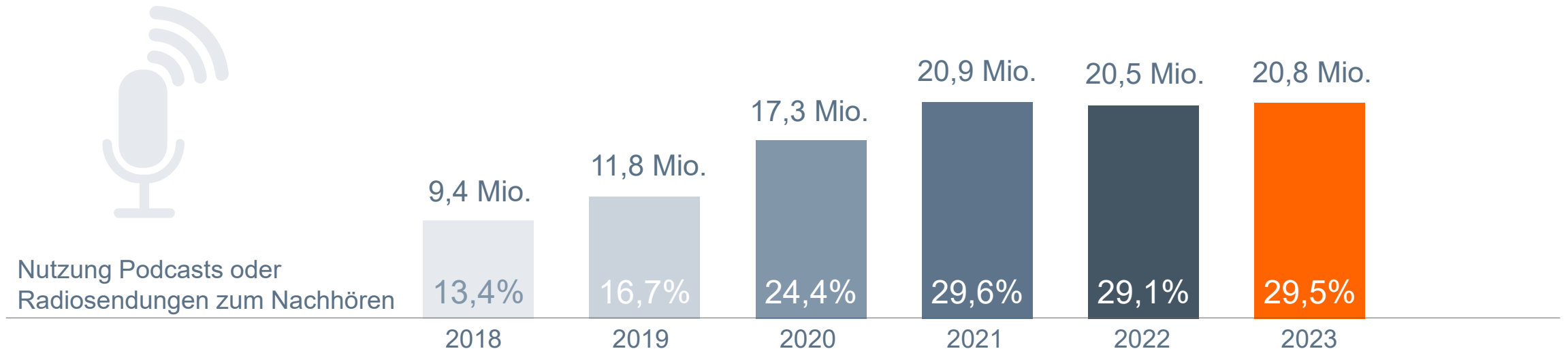
Podcasts/Radiosendungen zum Nachhören: Nutzungsfrequenz und -intensität

Die Nutzung von Podcasts/Radiosendungen zum Nachhören bleibt stabil zum Vorjahr: 30% bzw. 21 Mio. Personen ab 14 Jahren hören das Format mindestens selten.

Basis: Personen ab 14 Jahre in Deutschland

Nutzung Podcasts & Radiosendungen zum Nachhören

Angaben in Prozent



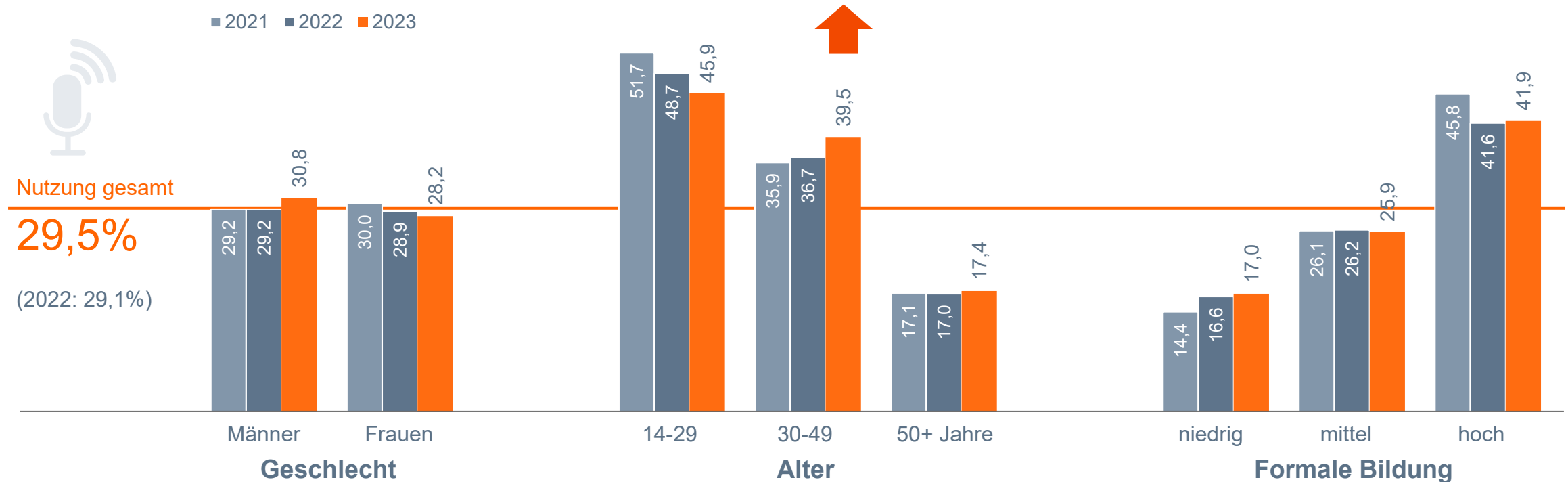
Frage 6: Welche der folgenden Angebote nutzen Sie zumindest gelegentlich, egal ob direkt oder als Download: Podcasts oder Radiosendungen um Nachhören?
Angaben in Prozent; Basis 2023: 70,601 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=8.093)

Podcasts erfreuen sich bei den 30- bis 49-Jährigen weiterhin steigender Beliebtheit, während bei U30 die Nutzung zum zweiten Mal infolge zurückgeht.

Basis: Personen ab 14 Jahre in Deutschland

Nutzung Podcasts & Radiosendungen zum Nachhören

Angaben in Prozent



Frage 6: Welche der folgenden Angebote nutzen Sie zumindest gelegentlich, egal ob direkt oder als Download: Podcasts oder Radiosendungen um Nachhören?
Angaben in Prozent; Basis 2023: 70,601 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=8.093)

Die regelmäßige Podcast-Nutzung bleibt auf Vorjahresniveau: Rund ein Viertel der Bevölkerung ab 14 Jahren hört mindestens einmal pro Monat Podcasts.

Basis: Personen ab 14 Jahre in Deutschland

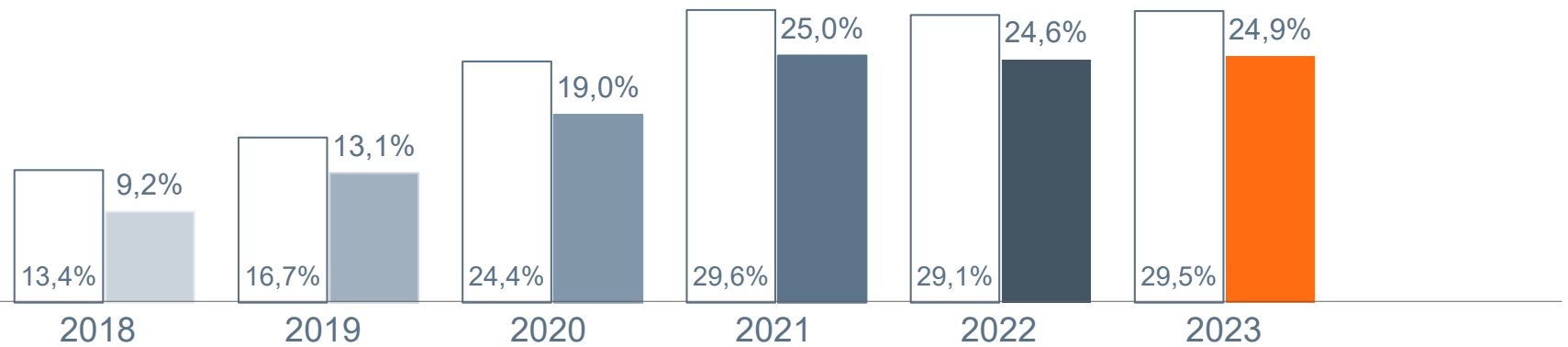
Nutzung Podcasts & Radiosendungen zum Nachhören

Angaben in Prozent

□ Mindestens selten ■ Mindestens monatlich



Nutzung Podcasts oder Radiosendungen zum Nachhören



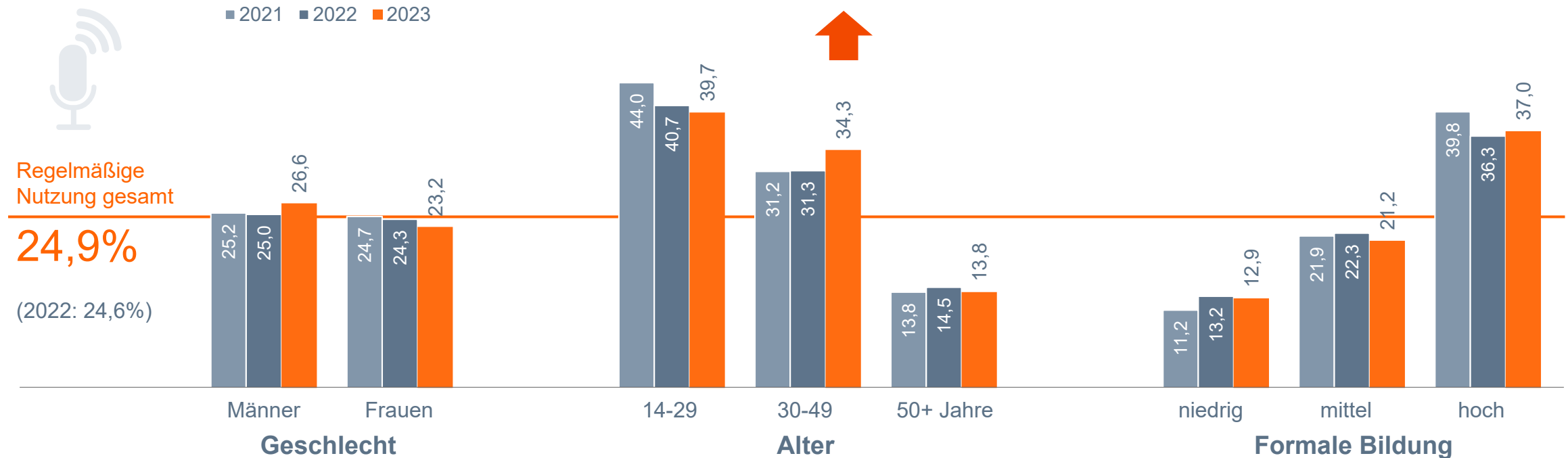
Frage 6: Welche der folgenden Angebote nutzen Sie zumindest gelegentlich, egal ob direkt oder als Download: Podcasts oder Radiosendungen um Nachhören?
Angaben in Prozent; Basis 2023: 70,601 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=8.093)

Jede:r dritte 30- bis 49-Jährige zählt mittlerweile zur regelmäßigen Hörerschaft von Podcasts & Radiosendungen zum Nachhören.

Basis: Personen ab 14 Jahre in Deutschland

Regelmäßige Nutzung Podcasts & Radiosendungen zum Nachhören

Angaben in Prozent



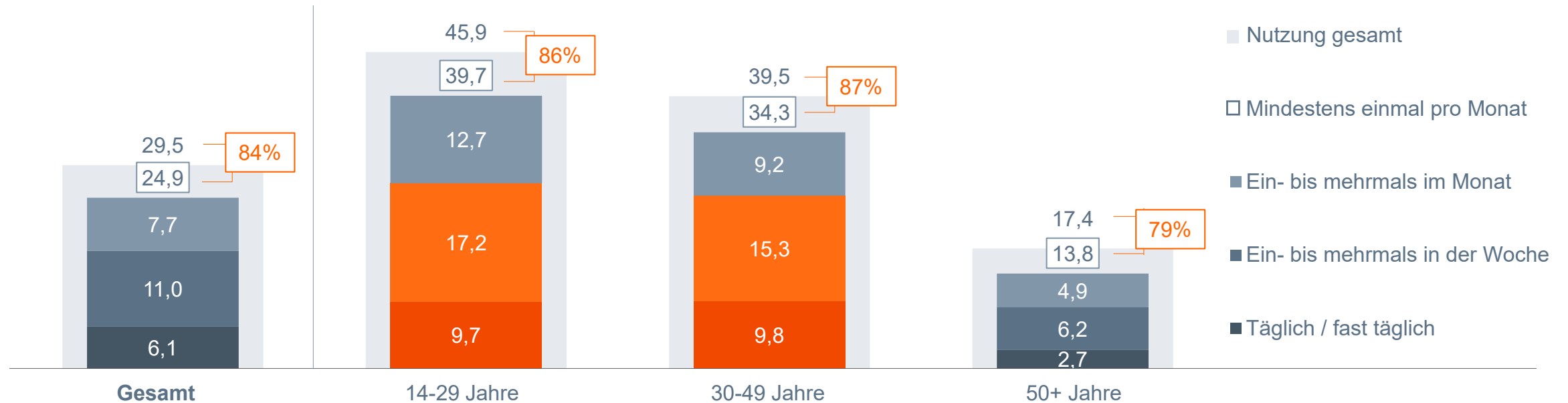
Frage 6: Welche der folgenden Angebote nutzen Sie zumindest gelegentlich, egal ob direkt oder als Download: Podcasts oder Radiosendungen um Nachhören? Hier mindestens einmal pro Monat. Angaben in Prozent; Basis 2023: 70,601 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=8.093)

Überdurchschnittlich viele wöchentliche Podcast-Hörende bei unter 50-Jährigen. Jeweils jede:r Zehnte hört sogar (fast) täglich.

Basis: Personen ab 14 Jahre in Deutschland

Nutzungsfrequenz Podcasts & Radiosendungen zum Nachhören

Angaben in Prozent



Frage 11: Wie häufig nutzen Sie die folgenden Radio- oder Audio-Angebote über das Internet: Podcasts oder Radiosendungen zum Nachhören?
Angaben in Prozent; Basis: 70,601 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=8.093)

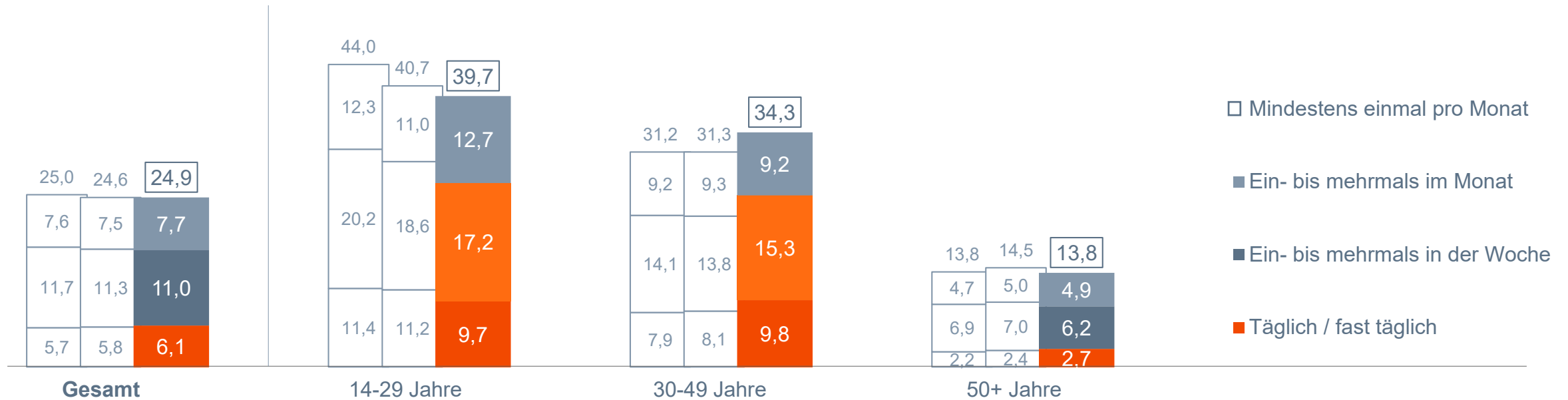
Anstieg der (fast) täglichen und wöchentlichen Podcast-Nutzung treibt die regelmäßige Nutzung in der Altersgruppe 30-49 nach oben. Leichte Verluste hingegen bei U30.

Basis: Personen ab 14 Jahre in Deutschland

Nutzungsfrequenz Podcasts & Radiosendungen zum Nachhören

Angaben in Prozent

2021 2022 2023



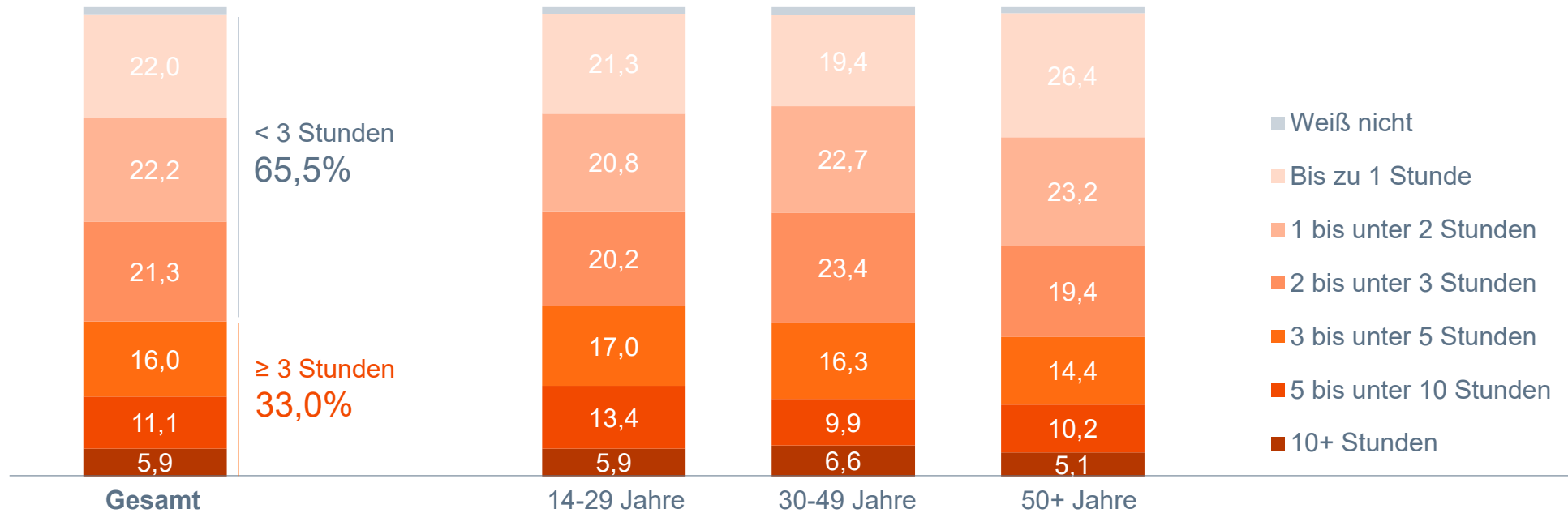
Frage 11: Wie häufig nutzen Sie die folgenden Radio- oder Audio-Angebote über das Internet: Podcasts oder Radiosendungen zum Nachhören?
Angaben in Prozent; Basis 2023: 70,601 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=8.093)

Jede:r dritte regelmäßige Podcast-Nutzer:in schätzt die eigene wöchentliche Nutzungsdauer auf mindestens 3 Stunden. Bei 50+ gibt es etwas mehr „Light User“.

Dauer der Podcast-Nutzung pro Woche

Angaben in Prozent

Basis: Regelmäßige Nutzende von Podcasts oder Radiosendungen zum Nachhören



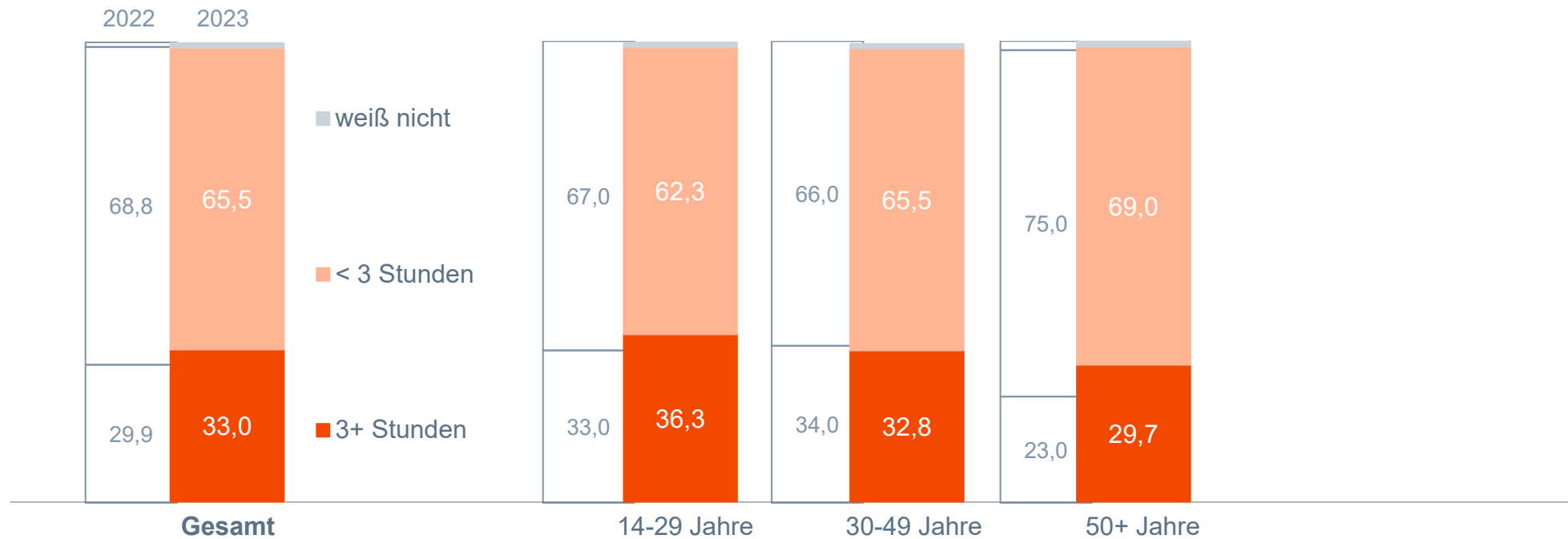
Frage 17C: Denken Sie bitte einmal an eine normale Woche: Wie viele Stunden hören Sie in einer durchschnittlichen Woche Podcasts oder Radiosendungen zum Nachhören, ganz egal zu welchen Themen?
 Angaben in Prozent; Basis: 17,553 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die Podcasts bzw. Radiosendungen zum Nachhören mindestens einmal pro Monat hören (n=2.088)

Ein Drittel der regelmäßigen Podcast-Nutzenden hört das Format mittlerweile mindestens 3 Stunden die Woche. Insbesondere ab 50-Jährige hören länger als zuletzt.

Dauer der Podcast-Nutzung pro Woche

Angaben in Prozent

Basis: Regelmäßige Nutzende von Podcasts oder Radiosendungen zum Nachhören



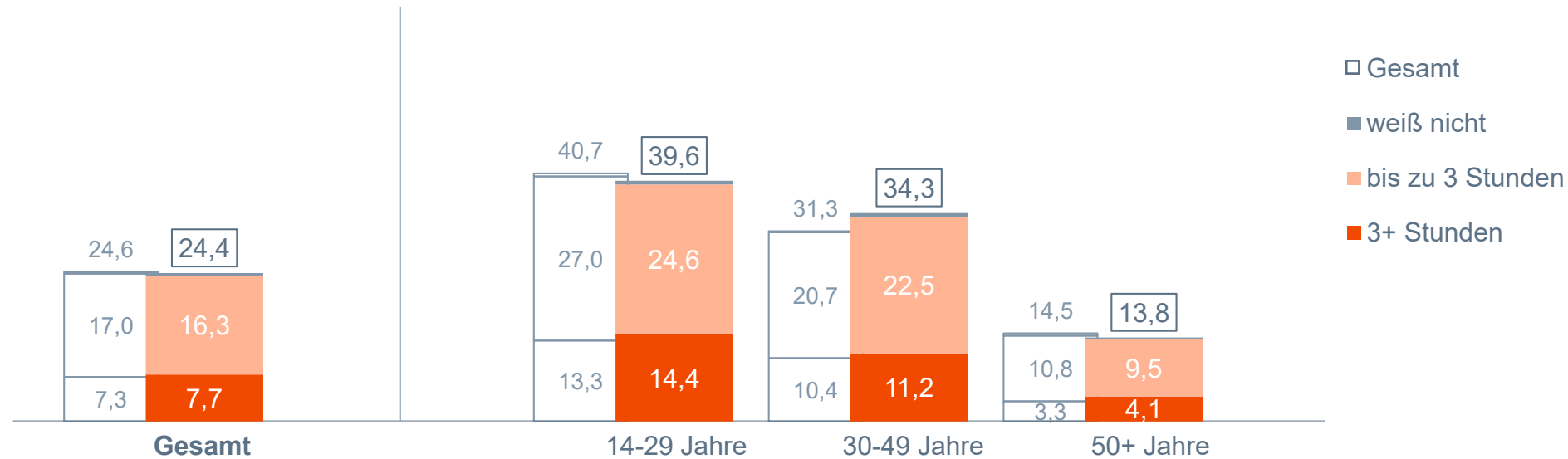
Frage 17C: Denken Sie bitte einmal an eine normale Woche: Wie viele Stunden hören Sie in einer durchschnittlichen Woche Podcasts oder Radiosendungen zum Nachhören, ganz egal zu welchen Themen?
Angaben in Prozent; Basis 2023: 17,553 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die Podcasts bzw. Radiosendungen zum Nachhören mindestens einmal pro Monat hören (n=2.088)

Bezogen auf die Gesamtbevölkerung verbringen nach eigenen Angaben rund 8 Prozent der regelmäßigen Nutzer:innen 3 Stunden oder mehr pro Woche mit Podcasts.

Basis: Personen ab 14 Jahre in Deutschland

Dauer der Podcast-Nutzung pro Woche

Angaben in Prozent



Frage 17C: Denken Sie bitte einmal an eine normale Woche: Wie viele Stunden hören Sie in einer durchschnittlichen Woche Podcasts oder Radiosendungen zum Nachhören, ganz egal zu welchen Themen?
 Angaben in Prozent; Basis 2023: 70,601 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=8.093); befragt wurden diejenigen, die Podcasts bzw. Radiosendungen zum Nachhören mindestens einmal pro Monat hören (n=2.088)

7.2

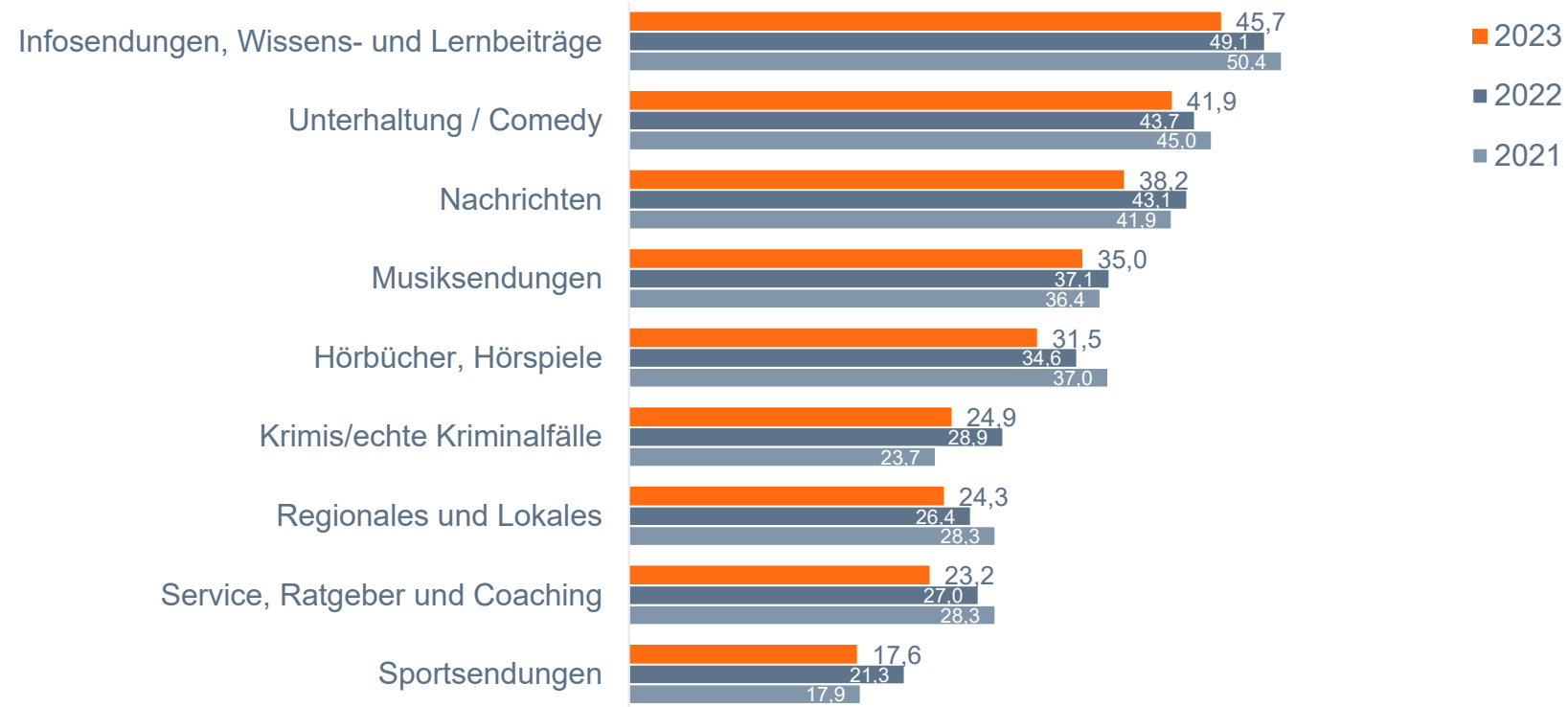
Podcasts/Radiosendungen zum Nachhören: Genutzte Inhalte & Rolle als Infomedium

Stabile Top 3 trotz rückläufiger Werte: Bei Podcasts sind nach wie vor Infosendungen am gefragtesten, gefolgt von Unterhaltung/Comedy und Nachrichten.

Podcasts & Radiosendungen zum Nachhören: Genutzte Inhalte

Angaben in Prozent

Basis: Regelmäßige Nutzende von Podcasts oder Radiosendungen zum Nachhören



Frage 15: Bleiben wir beim Thema Podcasts oder Radiosendungen zum Nachhören: Welche konkreten Inhalte nutzen Sie da?

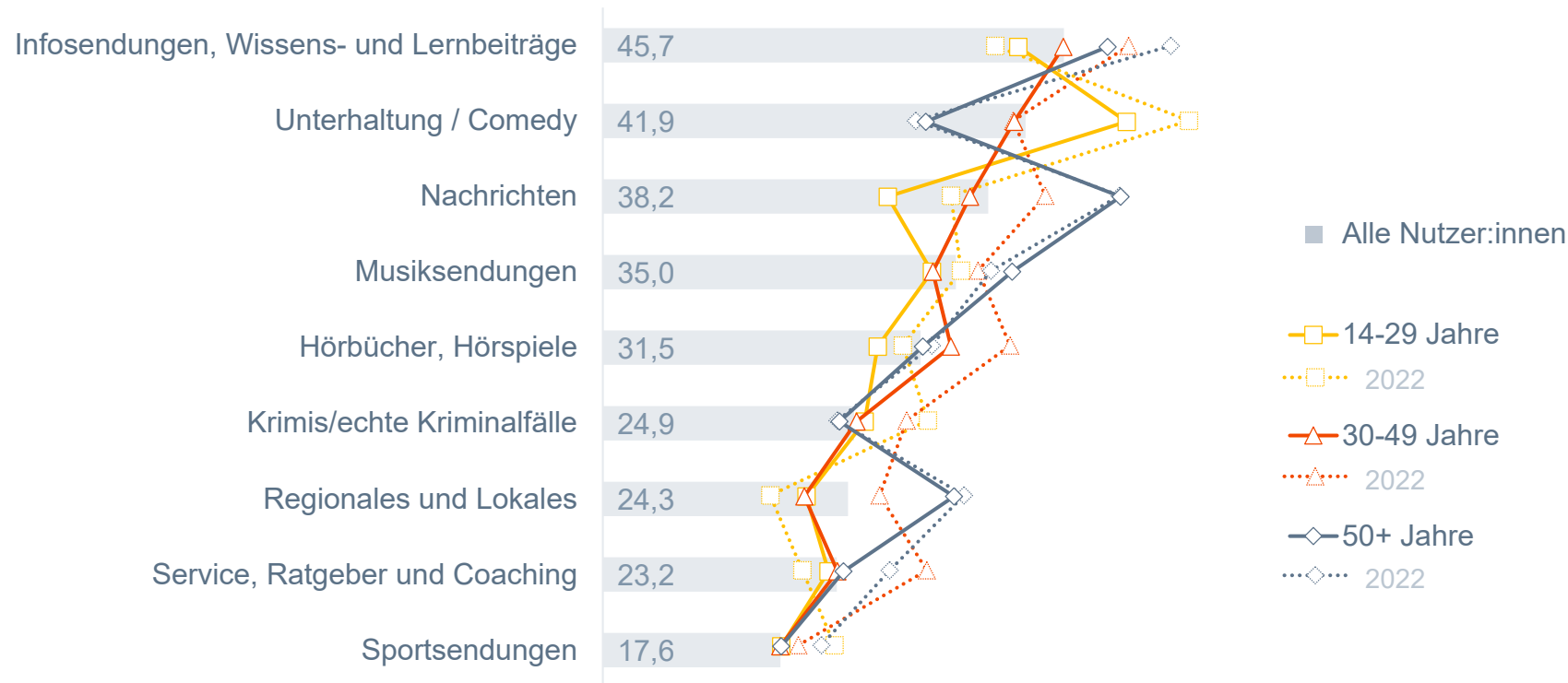
Angaben in Prozent; Basis 2023: 17,553 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die Podcasts bzw. Radiosendungen zum Nachhören mindestens einmal pro Monat hören (n=2.088)

Unter 30-Jährige hören weiterhin am liebsten Unterhaltung/Comedy, Ältere präferieren News, 30- bis 49-Jährige Infosendungen. 50+ weist die stabilsten Interessen auf.

Podcasts & Radiosendungen zum Nachhören: Genutzte Inhalte

Angaben in Prozent

Basis: Regelmäßige Nutzende von Podcasts oder Radiosendungen zum Nachhören



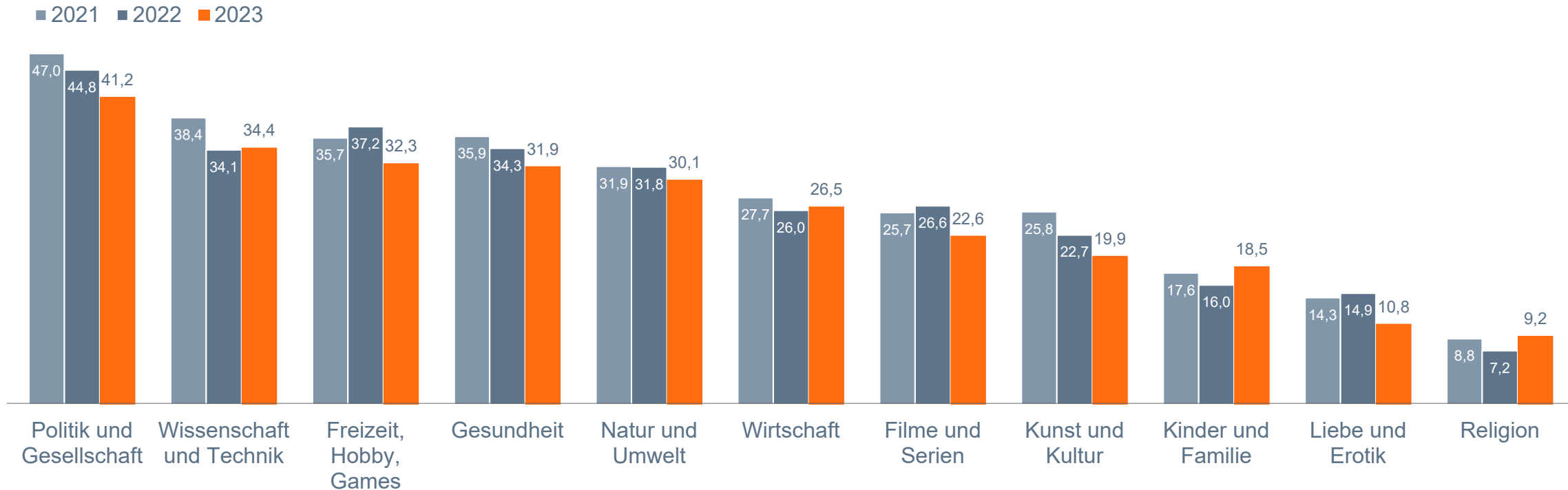
Frage 15: Bleiben wir beim Thema Podcasts oder Radiosendungen zum Nachhören: Welche konkreten Inhalte nutzen Sie da?
 Angaben in Prozent; Basis 2023: 17,553 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die Podcasts bzw. Radiosendungen zum Nachhören mindestens einmal pro Monat hören (n=2.088)

Auch bei den Podcast-Themen gehen die Nutzungsanteile überwiegend zurück. Politik & Gesellschaft führt immer noch das Ranking an. Wissenschaft rückt wieder vor auf Platz 2.

Podcasts & Radiosendungen zum Nachhören: Konkrete Themen

Angaben in Prozent

Basis: Regelmäßige Nutzende von Podcasts oder Radiosendungen zum Nachhören



Frage 16: Und zu welchen Themen hören Sie Podcasts oder Radiosendungen zum Nachhören?

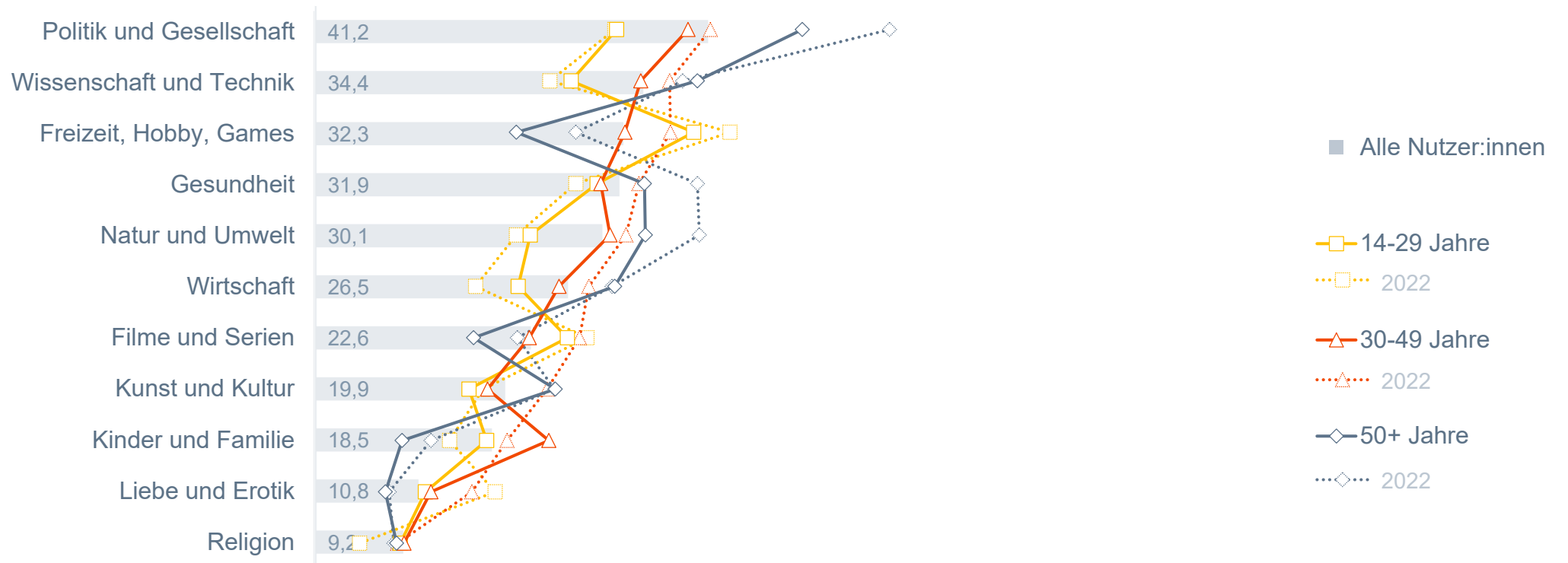
Angaben in Prozent; Basis 2023: 17,553 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die Podcasts bzw. Radiosendungen zum Nachhören mindestens einmal pro Monat hören (n=2.088)

Politik/Gesellschaft und Wissenschaft/Technik sind als Podcasts besonders bei 50+ gefragt, Freizeit/Hobby/Games bei U30.

Podcasts & Radiosendungen zum Nachhören: Konkrete Themen

Angaben in Prozent

Basis: Regelmäßige Nutzende von Podcasts oder Radiosendungen zum Nachhören



Frage 16: Und zu welchen Themen hören Sie Podcasts oder Radiosendungen zum Nachhören?

Angaben in Prozent; Basis 2023: 17,553 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die Podcasts bzw. Radiosendungen zum Nachhören mindestens einmal pro Monat hören (n=2.088)

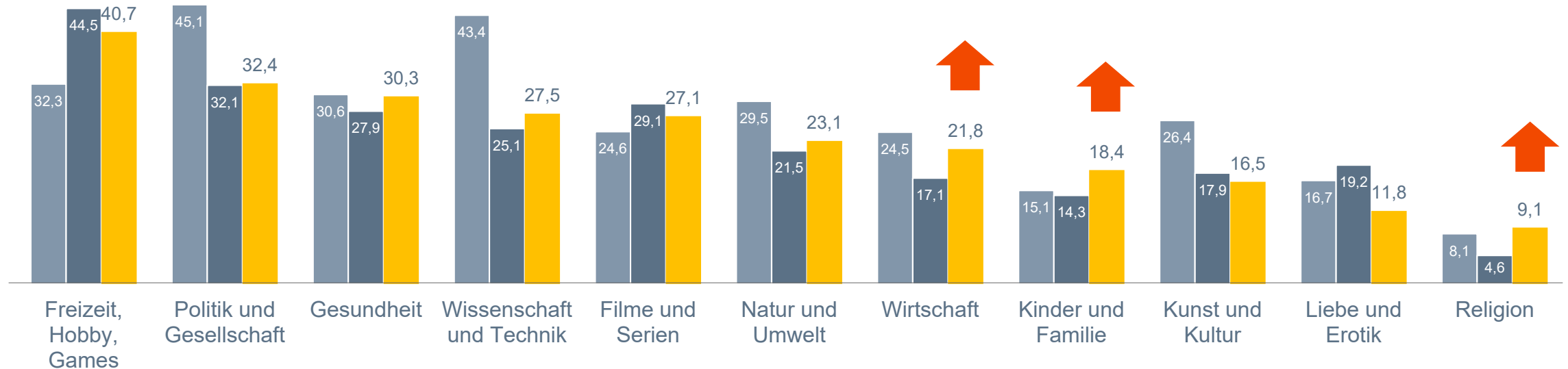
Das zuletzt stark veränderte Podcast-Themeninteresse der unter 30-Jährigen stabilisiert sich überwiegend auf Vorjahresniveau. Wirtschaft, Kinder & Familie und Religion verzeichnen ein Plus.

Podcasts & Radiosendungen zum Nachhören: Konkrete Themen 14 bis 29-Jährige

Angaben in Prozent

Basis: 14 bis 29-jährige regelmäßige Nutzende von Podcasts & Radiosendungen zum Nachhören

■ 2021 ■ 2022 ■ 2023



Frage 16: Und zu welchen Themen hören Sie Podcasts oder Radiosendungen zum Nachhören?

Angaben in Prozent; Basis 2023: 5,499 Mio. Personen zwischen 14 und 29 Jahre in Deutschland, die Podcasts bzw. Radiosendungen zum Nachhören mindestens einmal pro Monat hören (n=488)

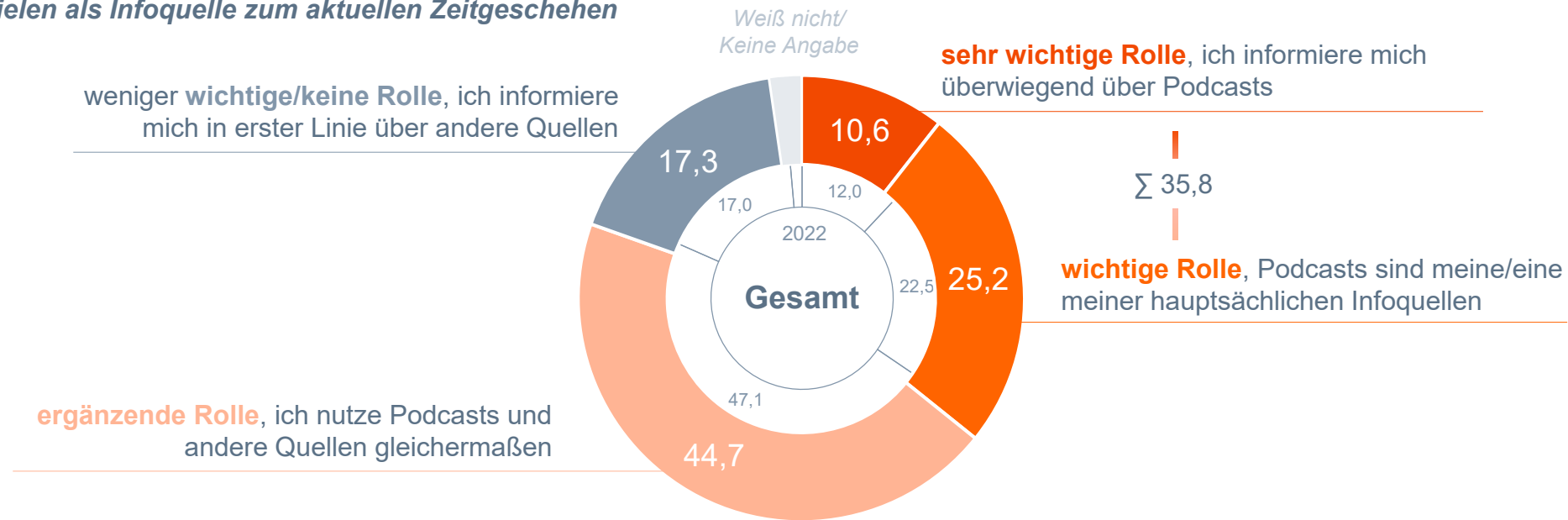
Für ein gutes Drittel der regelmäßigen Nutzer:innen spielen Podcasts eine (sehr) wichtige Rolle als Infoquelle zum aktuellen Zeitgeschehen. Fast jede:r Zweite nutzt sie als ergänzendes Infomedium.

Basis: Regelmäßige Nutzende von Podcasts oder Radiosendungen zum Nachhören

Podcasts & Radiosendungen zum Nachhören: Rolle als aktuelles Infomedium

Angaben in Prozent

Podcasts spielen als Infoquelle zum aktuellen Zeitgeschehen eine ...



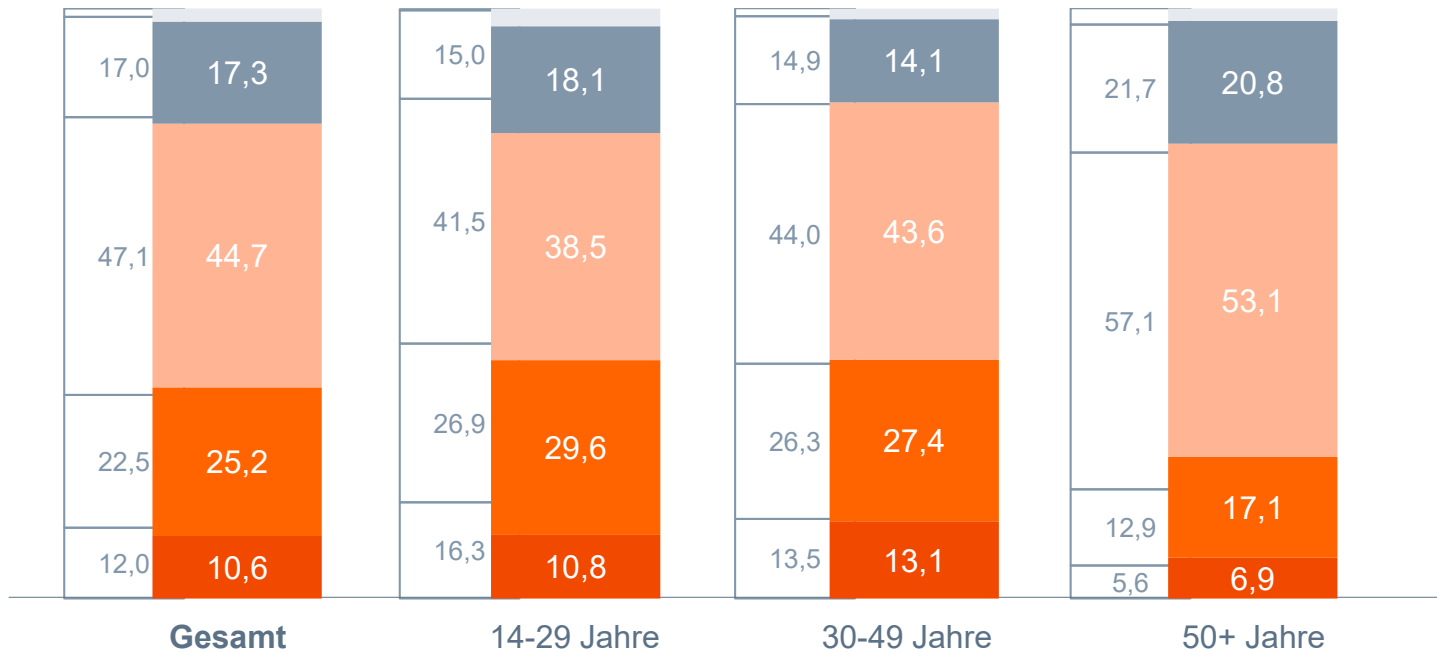
Frage 16B: Wenn Sie an Podcasts oder Radiosendungen zum Nachhören im Vergleich zu anderen Informationsquellen zum aktuellen Zeitgeschehen denken, die Sie nutzen: Welche der folgenden Aussagen trifft am ehesten auf Sie zu? Angaben in Prozent; Basis 2023: 17,553 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die Podcasts bzw. Radiosendungen zum Nachhören mindestens einmal pro Monat hören (n=2.088)

In allen Altersgruppen gehören Podcasts mehrheitlich zum Informationsrepertoire. Bei unter 50-Jährigen spielen sie tendenziell eine wichtigere Rolle als Infoquelle.

Podcasts & Radiosendungen zum Nachhören: Rolle als aktuelles Infomedium nach Alter

Angaben in Prozent

Basis: Regelmäßige Nutzende von Podcasts oder Radiosendungen zum Nachhören



■ Weiß nicht/ Keine Angabe

Podcasts spielen als Infoquelle zum aktuellen Zeitgeschehen eine ...

■ weniger wichtige/keine Rolle, ich informiere mich in erster Linie über andere Quellen

■ ergänzende Rolle, ich nutze Podcasts und andere Quellen gleichermaßen

■ wichtige Rolle, Podcasts sind meine/eine meiner hauptsächlichen Infoquellen

■ sehr wichtige Rolle, ich informiere mich überwiegend über Podcasts

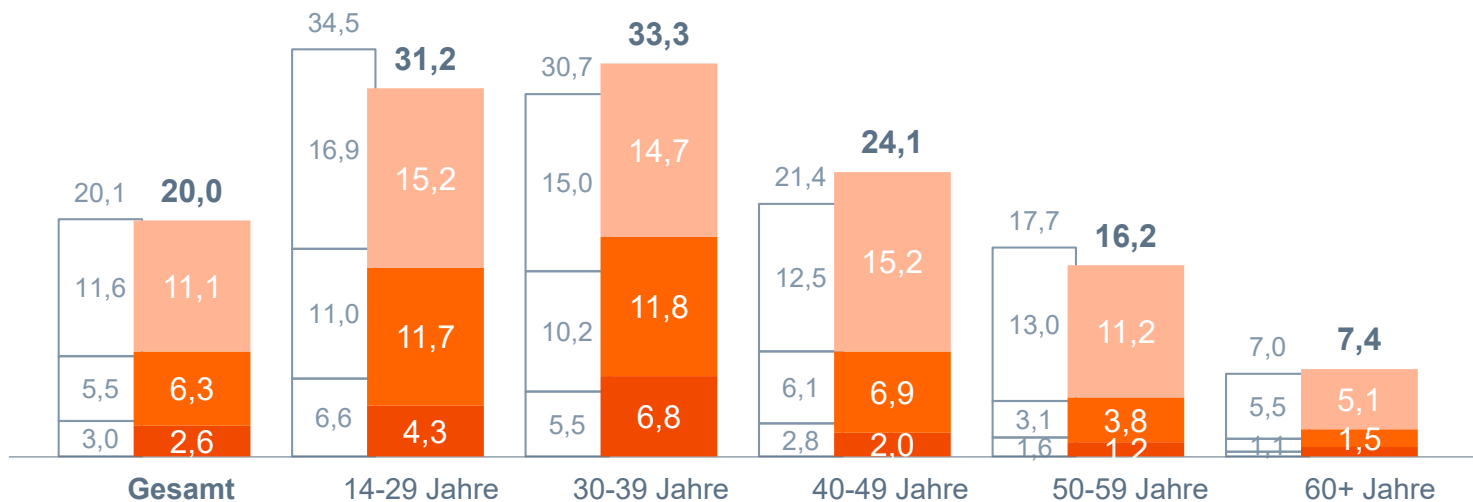
Frage 16B: Wenn Sie an Podcasts oder Radiosendungen zum Nachhören im Vergleich zu anderen Informationsquellen zum aktuellen Zeitgeschehen denken, die Sie nutzen: Welche der folgenden Aussagen trifft am ehesten auf Sie zu? Angaben in Prozent; Basis 2023: 17,553 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die Podcasts bzw. Radiosendungen zum Nachhören mindestens einmal pro Monat hören (n=2.088)

Bezogen auf die Gesamtbevölkerung spielen Podcasts bei einem Fünftel eine Rolle als Infomedium. Weit überdurchschnittlich relevant bei U40.

Basis: Personen ab 14 Jahre in Deutschland

Podcasts & Radiosendungen zum Nachhören: Rolle als aktuelles Infomedium nach Alter

Angaben in Prozent



Podcasts spielen als Infoquelle zum aktuellen Zeitgeschehen eine ...

Summe

- **ergänzende Rolle**, ich nutze Podcasts und andere Quellen gleichermaßen
- **wichtige Rolle**, Podcasts sind meine/eine meiner hauptsächlichen Infoquellen
- **sehr wichtige Rolle**, ich informiere mich überwiegend über Podcasts

Frage 16B: Wenn Sie an Podcasts oder Radiosendungen zum Nachhören im Vergleich zu anderen Informationsquellen zum aktuellen Zeitgeschehen denken, die Sie nutzen: Welche der folgenden Aussagen trifft am ehesten auf Sie zu? Angaben in Prozent; Basis: 70,601 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=8.093); befragt wurden diejenigen, die Podcasts bzw. Radiosendungen zum Nachhören mindestens einmal pro Monat hören (n=2.088)

Nutzungsmotive für Podcasts zum Thema Politik & Gesellschaft sind zuvorderst die verständliche, ausführliche und – 2023 einmal mehr – unterhaltsame Vermittlung der Infos.

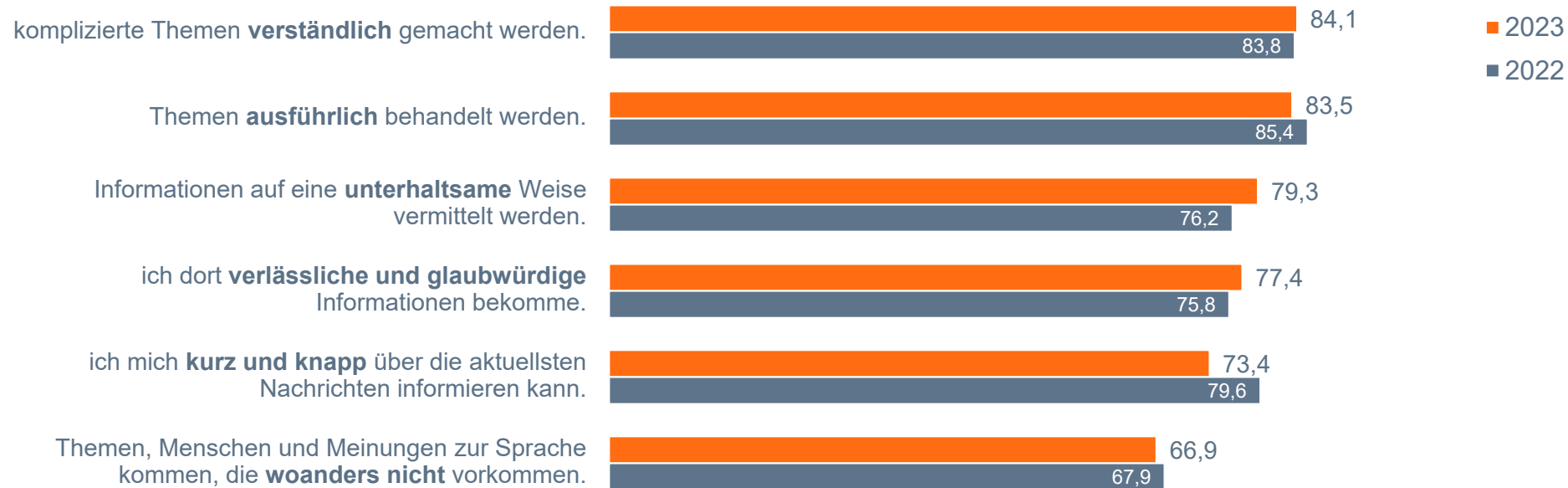
Podcasts & Radiosendungen zum Nachhören: Nutzungsmotive von Podcasts als Infoquelle

Angaben in Prozent

Basis: Regelmäßige Nutzende von Podcasts oder Radiosendungen zum Nachhören, die Podcasts zu Politik & Gesellschaft hören

Ich höre Podcasts zu aktuellen politischen und gesellschaftlichen Themen, weil...

(Trifft voll und ganz/eher zu)



Frage 16A: Jetzt folgen einige Gründe, die andere genannt haben, warum sie Podcasts oder Radiosendungen zum Nachhören auch als Informationsquelle zu aktuellen, politischen und gesellschaftlichen Themen hören. Bitte sagen Sie mir jeweils, inwiefern das auf Sie persönlich zutrifft: voll und ganz, eher, weniger oder gar nicht?

Angaben in Prozent; Basis 2023: 7,225 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die Podcasts bzw. Radiosendungen zum Nachhören mindestens einmal pro Monat hören und Podcasts zum Thema Politik und Gesellschaft hören (n=935)

7.3

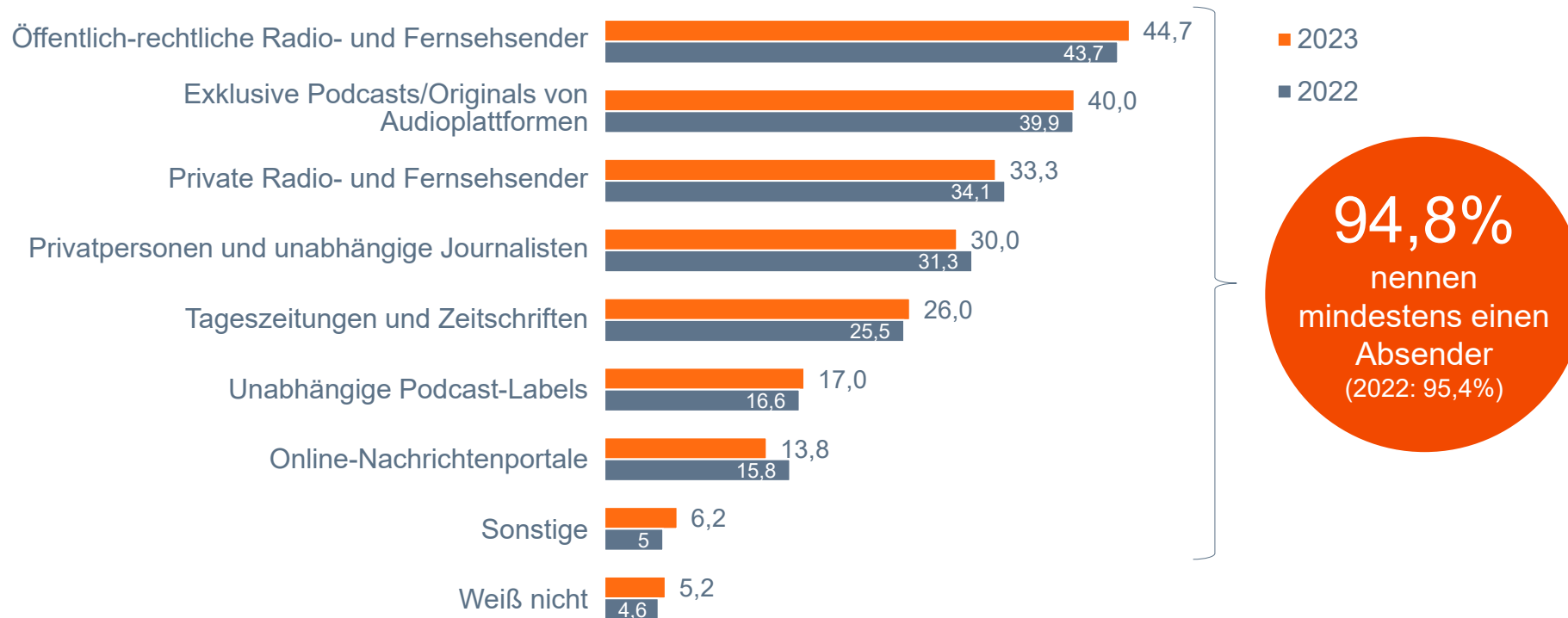
Podcasts oder Radiosendungen zum Nachhören: Absender/Audio Branding

Nahezu alle regelmäßigen Podcast-Hörer:innen können einen Absender nennen. Öffentlich-rechtliche Sender und Originals werden am häufigsten als Anbieter genannt.

Podcasts & Radiosendungen zum Nachhören: Absendernennung

Angaben in Prozent

Basis: Regelmäßige Nutzende von Podcasts oder Radiosendungen zum Nachhören



Frage 17D: Welche der folgenden Absender bzw. Anbieter stehen hinter den Podcasts oder Radiosendungen zum Nachhören, die Sie hören?

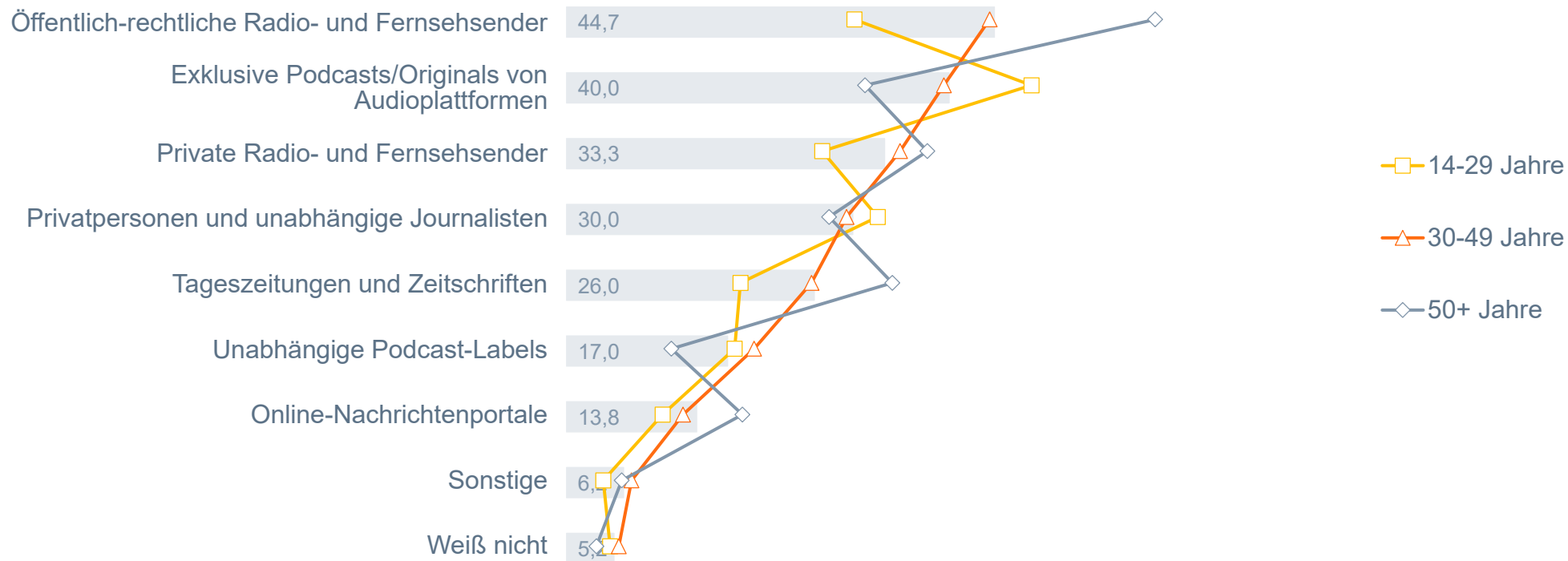
Angaben in Prozent; Basis 2023: 17,553 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die Podcasts bzw. Radiosendungen zum Nachhören mindestens einmal pro Monat hören (n=2.088)

Unterschiedliche Absendernennung nach Alter, am offensichtlichsten zwischen U30 und Ü50 bei ö-r Sendern vs. Originals, aber auch bei Tageszeitung und Nachrichtenportalen.

Podcasts & Radiosendungen zum Nachhören nach Alter: Absendernennung

Angaben in Prozent

Basis: Regelmäßige Nutzende von Podcasts oder Radiosendungen zum Nachhören



Frage 17D: Welche der folgenden Absender bzw. Anbieter stehen hinter den Podcasts oder Radiosendungen zum Nachhören, die Sie hören?
 Angaben in Prozent; Basis: 17,553 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die Podcasts bzw. Radiosendungen zum Nachhören mindestens einmal pro Monat hören (n=2.088)

Die meisten kennen den Absender durch das Logo bzw. die Podcast-Beschreibung oder einen Spot im Podcast, weniger als im Vorjahr durch Verweise der Hosts.

Auditives Branding bei Podcasts

Angaben in Prozent

Basis: Regelmäßige Nutzende von Podcasts oder Radiosendungen zum Nachhören



Frage 17E: Woher wissen Sie, welcher Absender bzw. Anbieter hinter dem Podcast steckt?

Angaben in Prozent; Basis 2023: 17,553 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die Podcasts bzw. Radiosendungen zum Nachhören mindestens einmal pro Monat hören (n=2.088)

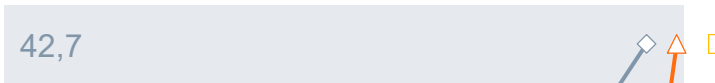
Das Logo und die Beschreibung sind altersübergreifend das wichtigste Branding-Merkmal. Die älteren Podcast-Nutzer:innen schenken dem Absender am wenigsten Aufmerksamkeit.

Auditives Branding bei Podcasts nach Alter

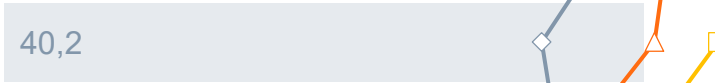
Angaben in Prozent

Basis: Regelmäßige Nutzende von Podcasts oder Radiosendungen zum Nachhören

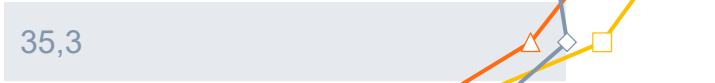
Ist aus dem Logo und der Beschreibung des Podcast erkennbar.



Zu Beginn und am Ende des Podcast wird in Form eines Spots auf den Absender/Anbieter hingewiesen.



Die Moderator:innen verweisen im Podcast auf den Absender/Anbieter.



Habe ich bislang nicht drauf geachtet.



- 14-29 Jahre
- △ 30-49 Jahre
- ◇ 50+ Jahre

Frage 17E: Woher wissen Sie, welcher Absender bzw. Anbieter hinter dem Podcast steckt?

Angaben in Prozent; Basis: 17,553 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die Podcasts bzw. Radiosendungen zum Nachhören mindestens einmal pro Monat hören (n=2.088)

8

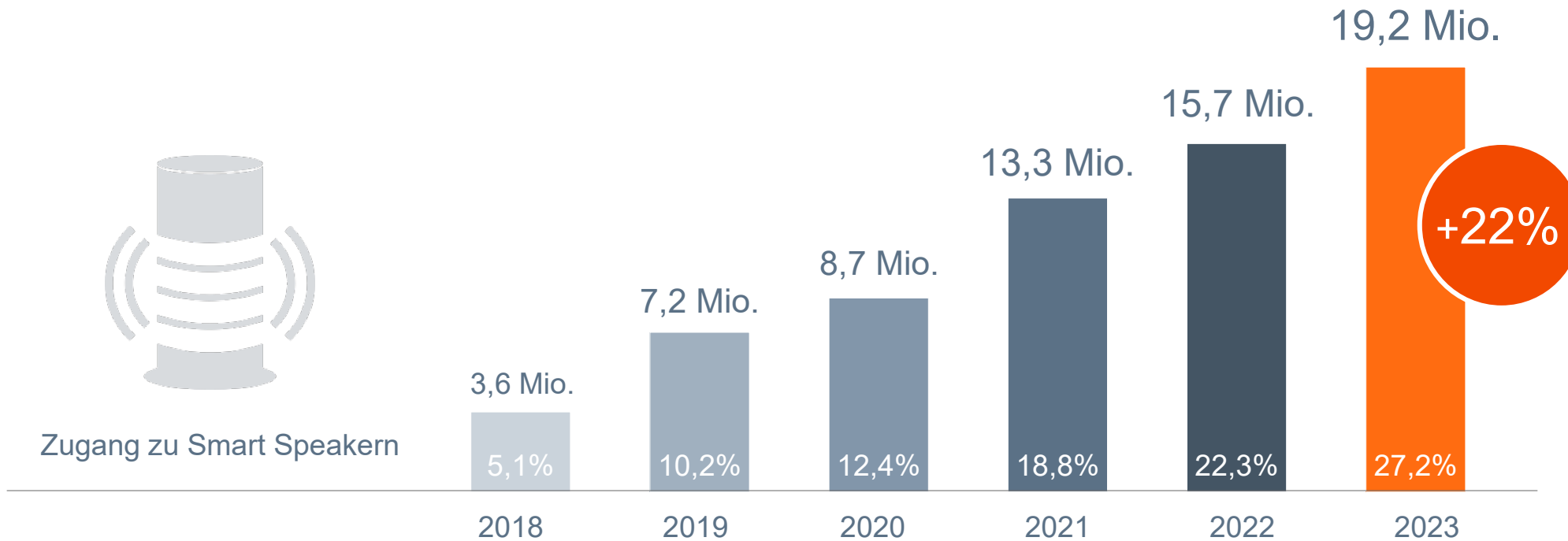
Smart Speaker

Über ein Viertel der Bevölkerung in Deutschland (19,2 Mio.) hat mittlerweile Zugang zu mindestens einem Smart Speaker – das bedeutet ein Plus um 22% im Vergleich zum Vorjahr.

Basis: Personen ab 14 Jahre in Deutschland

Smart Speaker: Zugang zu Smart Speakern

Angaben in Prozent / Mio. Personen



Frage 1: Welche der folgenden Geräte stehen Ihnen persönlich oder in Ihrem Haushalt zur Verfügung?
Angaben in Prozent; Basis 2023: 70,601 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=8.093)

Die Verbreitung der Smart Speaker nimmt in allen Gruppen weiter zu, überdurchschnittlich stark bei 30- bis 49-Jährigen und Männern.

Basis: Personen ab 14 Jahre in Deutschland

Smart Speaker: Besitz / Zugang

Angaben in Prozent

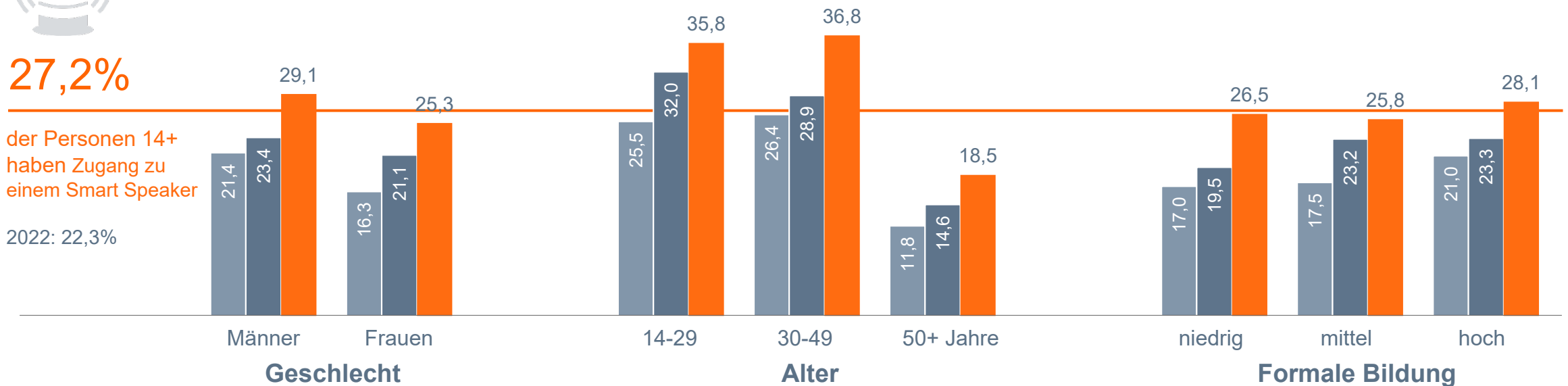


■ 2021 ■ 2022 ■ 2023

27,2%

der Personen 14+ haben Zugang zu einem Smart Speaker

2022: 22,3%



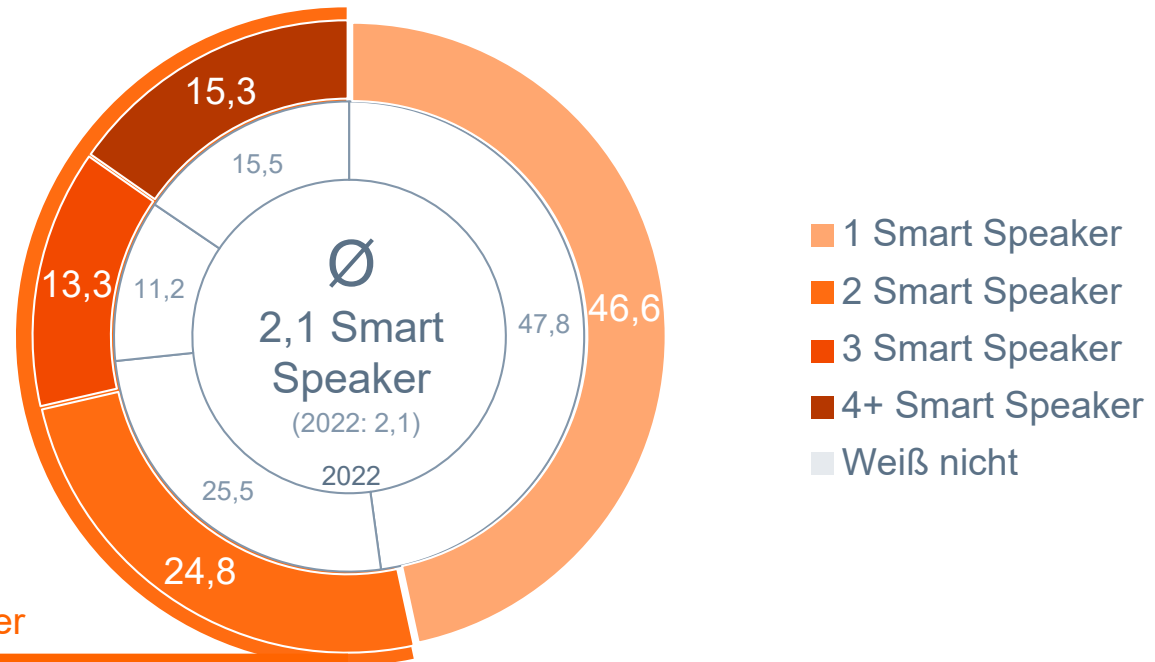
Frage 1: Welche der folgenden Geräte stehen Ihnen persönlich oder in Ihrem Haushalt zur Verfügung?
 Angaben in Prozent; Basis 2023: 70,601 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=8.093)

Über die Hälfte der Personen mit Smart Speaker-Besitz hat mindestens zwei davon.

Zugang zu Smart Speakern - Anzahl

Angaben in Prozent

Basis: Personen, die Zugang zu mindestens einem Smart Speaker haben



53,4% (2022: 52,2%)
Zugang zu mehr als einem Smart Speaker

Hochgerechnet befinden sich mehr als **36 Mio. Geräte** in den deutschen Haushalten



Frage 25: Wie viele Smart Speaker Geräte haben Sie in Ihrem Haushalt?
Angaben in Prozent ohne „weiß nicht“; Basis 2023: 19,216 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die Zugang zu mindestens einem Smart Speaker haben (n=2.134)

Neun von zehn Online-Audio-Nutzer:innen mit Smart Speaker im Haushalt hören über ihn auch Audio-Inhalte, vor allem Musikstreaming und Webradio.

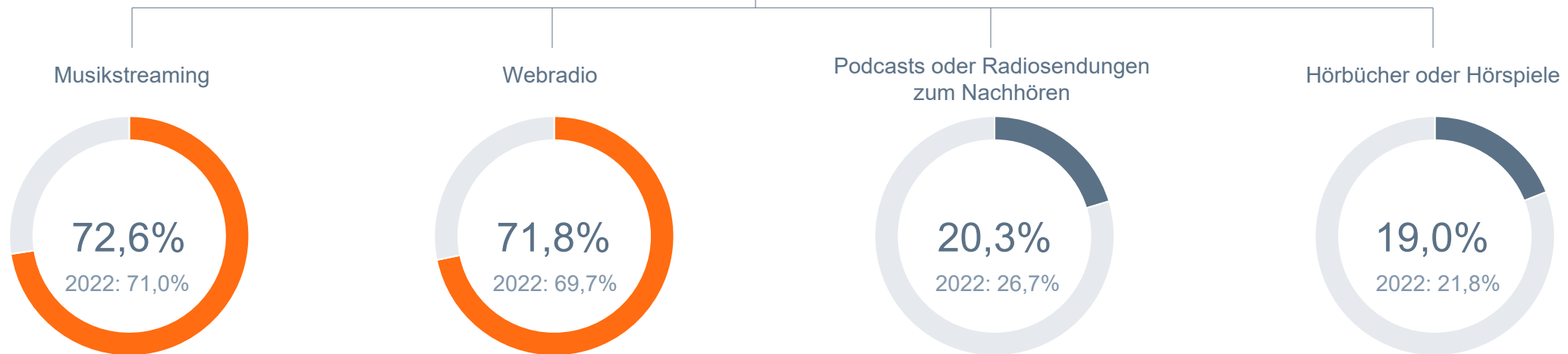
Smart Speaker: Genutzte Inhalte

Angaben in Prozent

Basis: Online-Audio-Nutzende, die Zugang zu einem Smart Speaker haben



91,0% (=16,4 Mio.) hören Radio oder andere Audio-Inhalte über ihren Smart Speaker



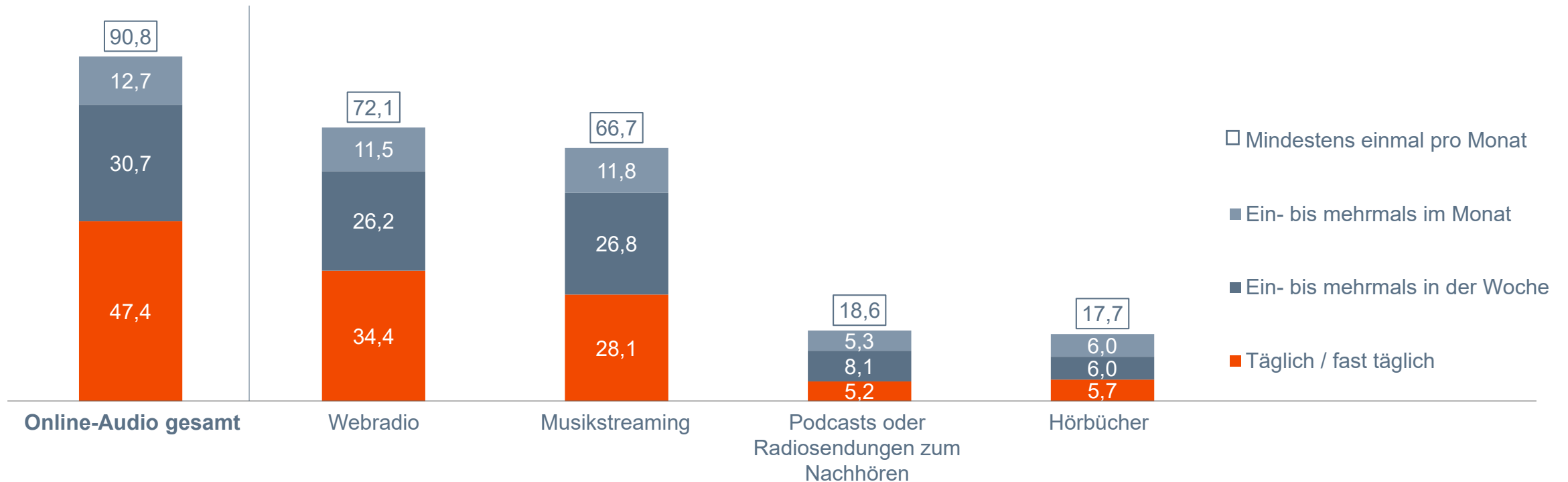
Frage 28: Welche der folgenden Angebote hören Sie über Ihren Smart Speaker?
Angaben in Prozent; Basis 2023: 18,035 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland, die Zugang zu einem Smart Speaker haben (n=2.001)

Rund die Hälfte derer, die einen Smart Speaker für Online-Audio nutzen, hören täglich über den Smart Speaker. Webradio bei der regelmäßigen Nutzung vor Musikstreaming.

Smart Speaker: Nutzungsfrequenz für Audio-Inhalte

Angaben in Prozent

Basis: Online-Audio-Nutzende, die einen Smart Speaker für Audio-Inhalte nutzen



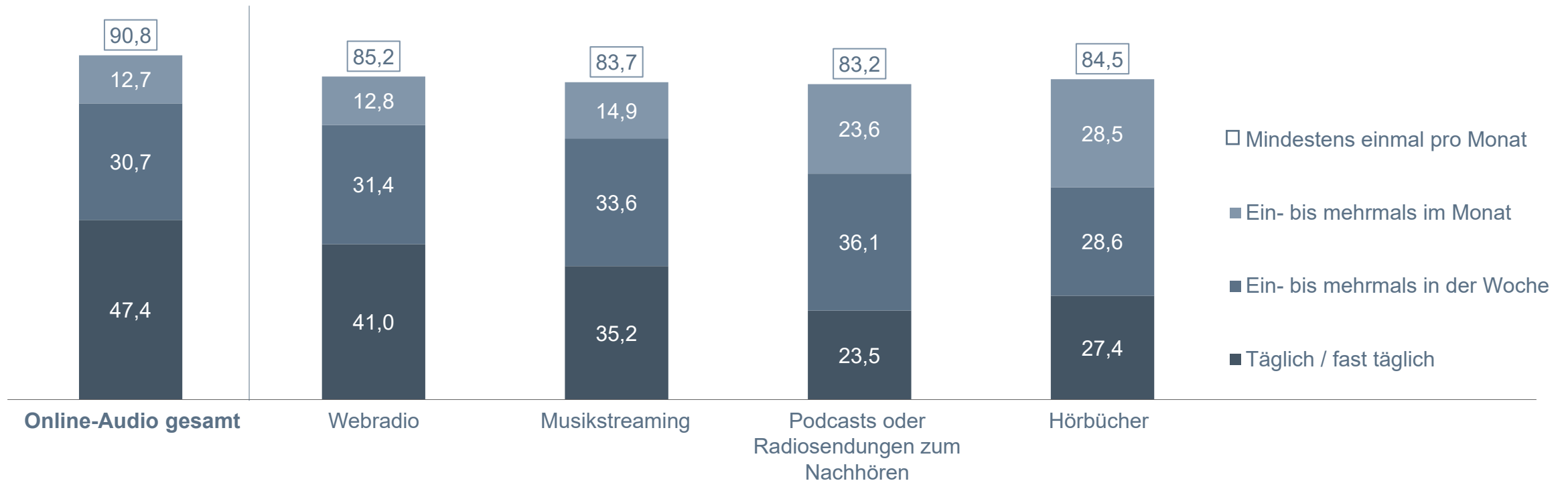
Frage 31: Wenn Sie einmal an die Nutzung von Audio-Inhalten über Ihren Smart Speaker denken. Wie oft ...
 Angaben in Prozent; Basis: 16,414 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland, die einen Smart Speaker für Audio-Inhalte nutzen (n=1.814)

Mit Blick auf die jeweiligen Nutzenden zeigt sich über alle Formate hinweg ein monatlicher Nutzer:innen-Anteil von über 80 Prozent.

Smart Speaker: Nutzungsfrequenz für Audio-Inhalte

Angaben in Prozent

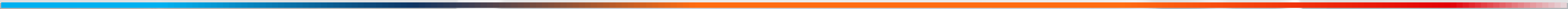
Basis: Online-Audio-Nutzende, die das jeweilige Audio-Angebot am Smart Speaker nutzen



Frage 31: Wenn Sie einmal an die Nutzung von Audio-Inhalten über Ihren Smart Speaker denken. Wie oft ...
 Angaben in Prozent; Basis: 16,414 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland, die einen Smart Speaker für Audio-Inhalte nutzen (n=1.814), davon Radio (n=1.449 / 12,955 Mio.), Musikstreaming (n=1.430 / 13,087 Mio.), Podcasts (n=441 / 3,664 Mio.), Hörbücher (n=377 / 3,427 Mio.)

9

Smart TV



Smart TV gewinnt weiter an Relevanz und zwar für Audio-on-Demand wie für Webradio: In Summe nutzen ihn mittlerweile 27 Prozent der Bevölkerung als Abspielgerät für Online-Audio.

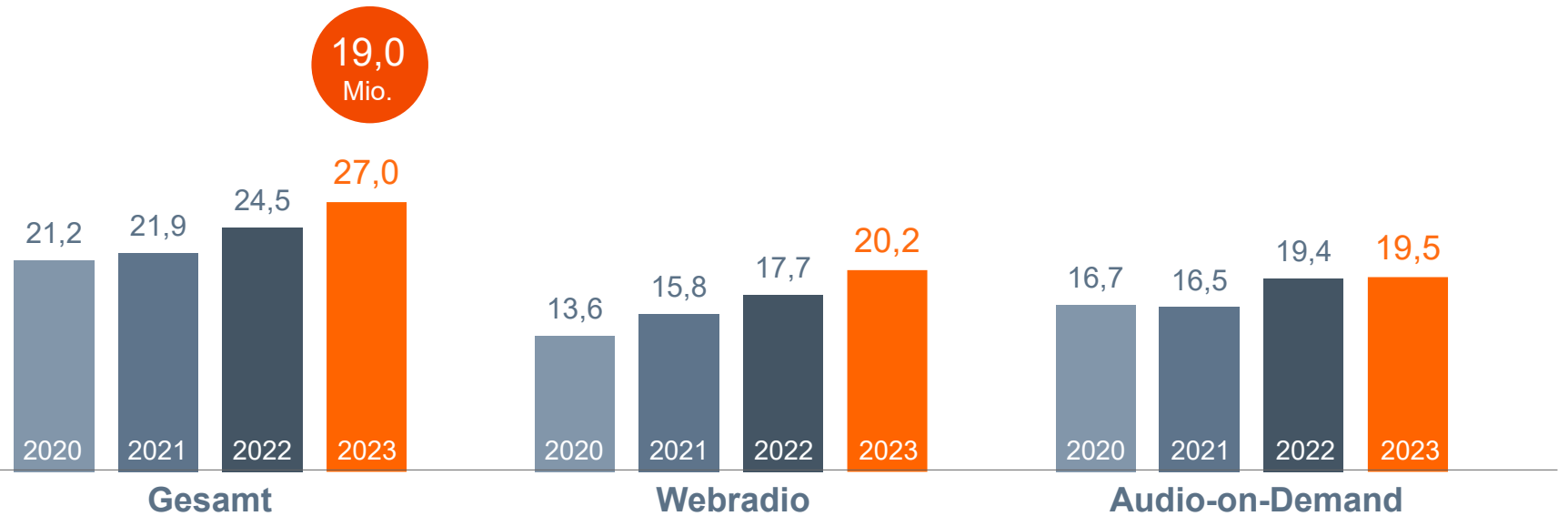
Basis: Personen ab 14 Jahre in Deutschland

Nutzung Online-Audio-Angebote über den Smart TV: 2020-2023

Angaben in Prozent



Nutzung Smart TV für Online-Audio-Inhalte



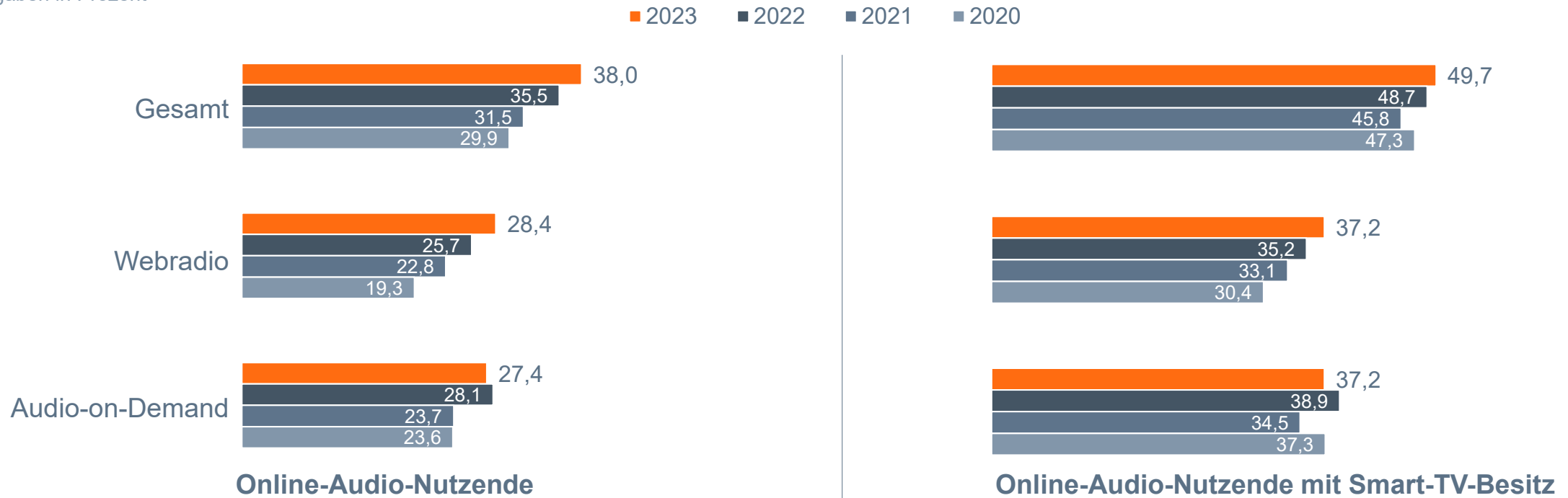
Frage 3: Über welche der folgenden Geräte hören Sie zumindest gelegentlich Radio über das Internet? / Frage 7: Über das Internet kann man nicht nur laufende Radioprogramme hören, sondern auch zu einem beliebigen Zeitpunkt Musik, Podcasts, Radiosendungen zum Nachhören, Hörbücher oder andere Audio-Inhalte auf Abruf hören. Über welche Geräte hören Sie solche Online-Audio-Angebote?
 Angaben in Prozent, Basis 2023: 70,601 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=8.093)

Bezogen auf die Online-Audio-Nutzenden hören in Summe 38% Audio-Inhalte auch am Smart TV. Das entspricht knapp der Hälfte der Personen, die zu Hause ein Smart TV haben.

Nutzung Online-Audio-Angebote über den Smart TV: 2020-2023

Angaben in Prozent

Basis: Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahren
(rechts: mit Smart TV im Haushalt)



Frage 3: Über welche der folgenden Geräte hören Sie zumindest gelegentlich Radio über das Internet? / Frage 7: Über das Internet kann man nicht nur laufende Radioprogramme hören, sondern auch zu einem beliebigen Zeitpunkt Musik, Podcasts, Radiosendungen zum Nachhören, Hörbücher oder andere Audio-Inhalte auf Abruf hören. Über welche Geräte hören Sie solche Online-Audio-Angebote?

Angaben in Prozent, Basis 2023: 50,155 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland (n=5.895) bzw. 38,332 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland, die ein Smart TV besitzen (n=4.505)

Der Smart TV hat sich in allen Altersgruppen als Audiogerät etabliert. Die größten Unterschiede zeigen sich bei den Bildungsgruppen.

Online-Audio-Nutzung gesamt am Smart TV

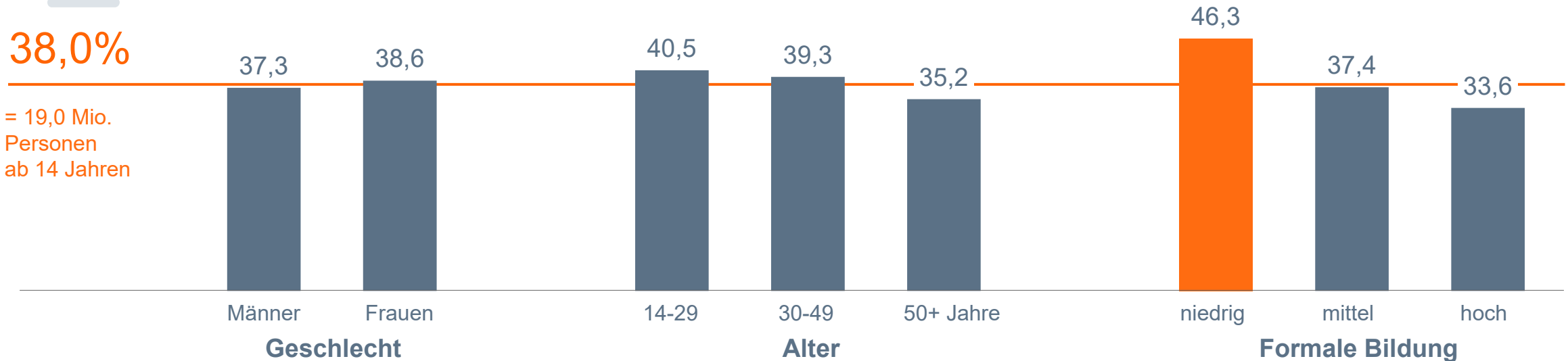
Angaben in Prozent

Basis: Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahren



38,0%

= 19,0 Mio. Personen ab 14 Jahren



Frage 3: Über welche der folgenden Geräte hören Sie zumindest gelegentlich Radio über das Internet? / Frage 7: Über das Internet kann man nicht nur laufende Radioprogramme hören, sondern auch zu einem beliebigen Zeitpunkt Musik, Podcasts, Radiosendungen zum Nachhören, Hörbücher oder andere Audio-Inhalte auf Abruf hören. Über welche Geräte hören Sie solche Online-Audio-Angebote?
 Angaben in Prozent, Basis: 50,155 Mio. Online-Audio-Nutzende ab 14 Jahre in Deutschland (n=5.895)

Webradio steht am Smart TV an erster Stelle, gefolgt von Musikstreaming.

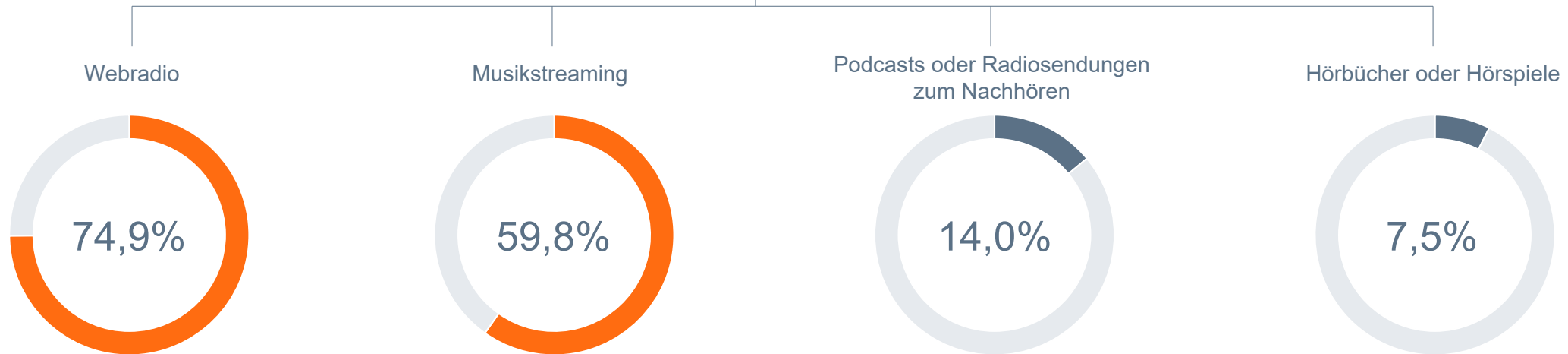
Smart TV: Genutzte Inhalte

Angaben in Prozent

Basis: Online-Audio-Nutzende, die ein Smart TV für Online-Audio nutzen



38,0% hören Online-Audio am Smart TV
= 19 Mio. Personen ab 14 Jahre



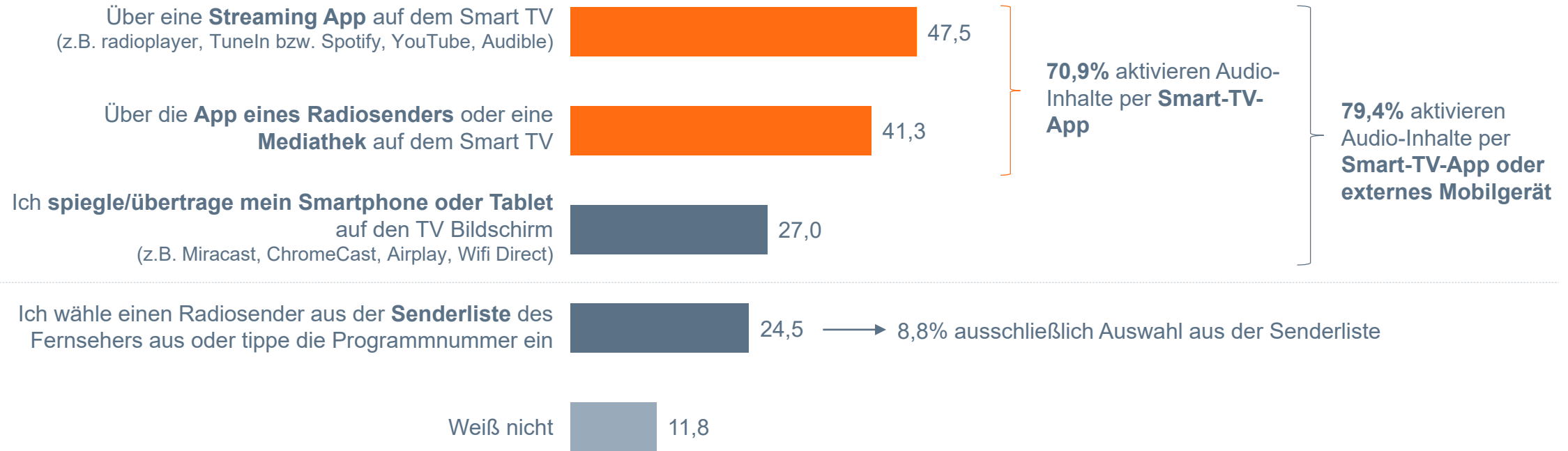
Frage 37: Sie haben vorher gesagt, dass Sie Online-Audio-Inhalte auf Abruf auf dem Smart TV hören. Was hören Sie da?
Angaben in Prozent; Basis: 19,037 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die Online-Audio am Smart TV nutzen (n=2.144)

Zugang zu Online-Audio am Smart TV erfolgt hauptsächlich über Apps.

Aktivierung Audio-Inhalte am Smart TV

Angaben in Prozent

Basis: Online-Audio-Nutzende, die ein Smart TV für Online-Audio nutzen



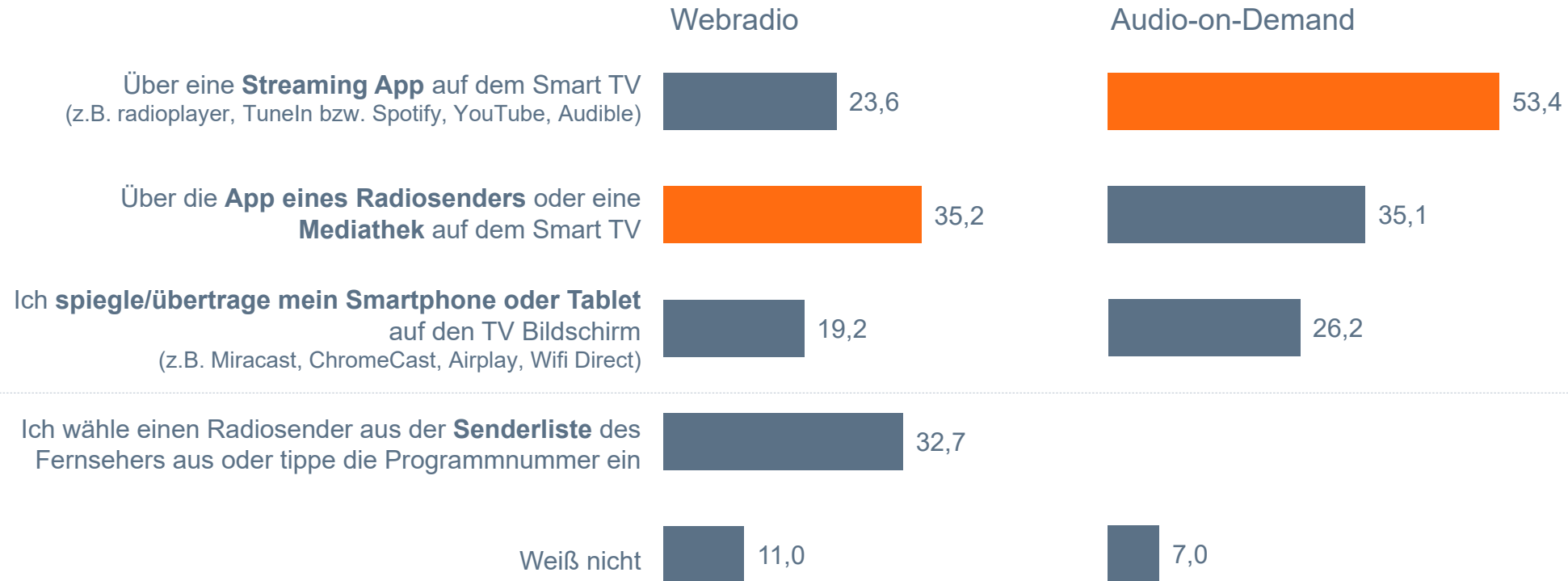
Frage 36: Sie haben vorher angegeben, dass Sie Radio über das Internet auch auf dem Smart TV hören. Wie hören Sie Radio auf Ihrem Smart TV?, Frage 38: Wie hören Sie dabei die Online-Audio-Inhalte?
 Angaben in Prozent; Basis: 19,037 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die Online-Audio am Smart TV nutzen (n=2.144)

Webradio wird vor allem über die App von Radiosendern oder Mediatheken abgerufen. Zu Audio-on-Demand führt der Weg mehrheitlich über die Apps von Spotify, YouTube und anderen Streaming-Angeboten.

Aktivierung Audio-Inhalte am Smart TV nach Alter

Angaben in Prozent

Basis: Online-Audio-Nutzende, die das jeweilige Format am Smart TV nutzen



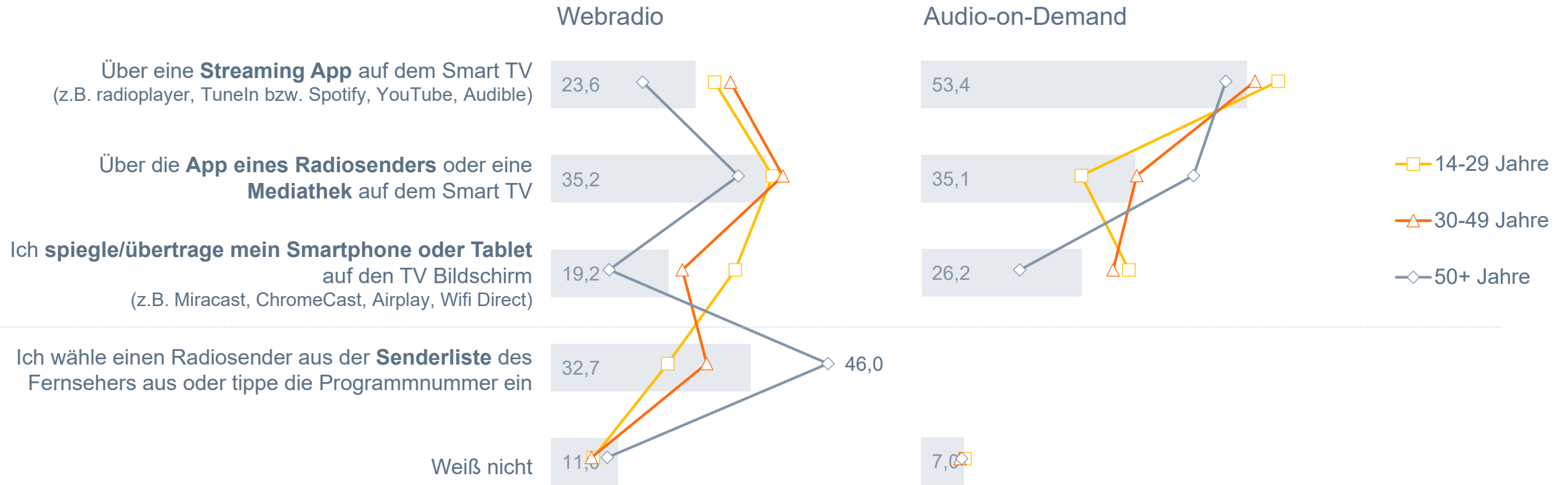
Frage 36: Sie haben vorher angegeben, dass Sie Radio über das Internet auch auf dem Smart TV hören. Wie hören Sie Radio auf Ihrem Smart TV?, Frage 38: Wie hören Sie dabei die Online-Audio-Inhalte?
 Angaben in Prozent; Basis: 14,251 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die Webradio am Smart TV nutzen (n=1.616) bzw. Audio-on-Demand am Smart TV nutzen (n=1.473; 13,319 Mio.)

Jüngere rufen Online-Audio vergleichsweise häufiger per Smart-TV-App auf oder spiegeln ihr smartes Mobilgerät auf den TV-Bildschirm. Radio wird vor allem von Personen 50+ über die Senderliste des Fernsehers angesteuert.

Aktivierung Audio-Inhalte am Smart TV nach Alter

Angaben in Prozent

Basis: Online-Audio-Nutzende, die das jeweilige Format am Smart TV nutzen



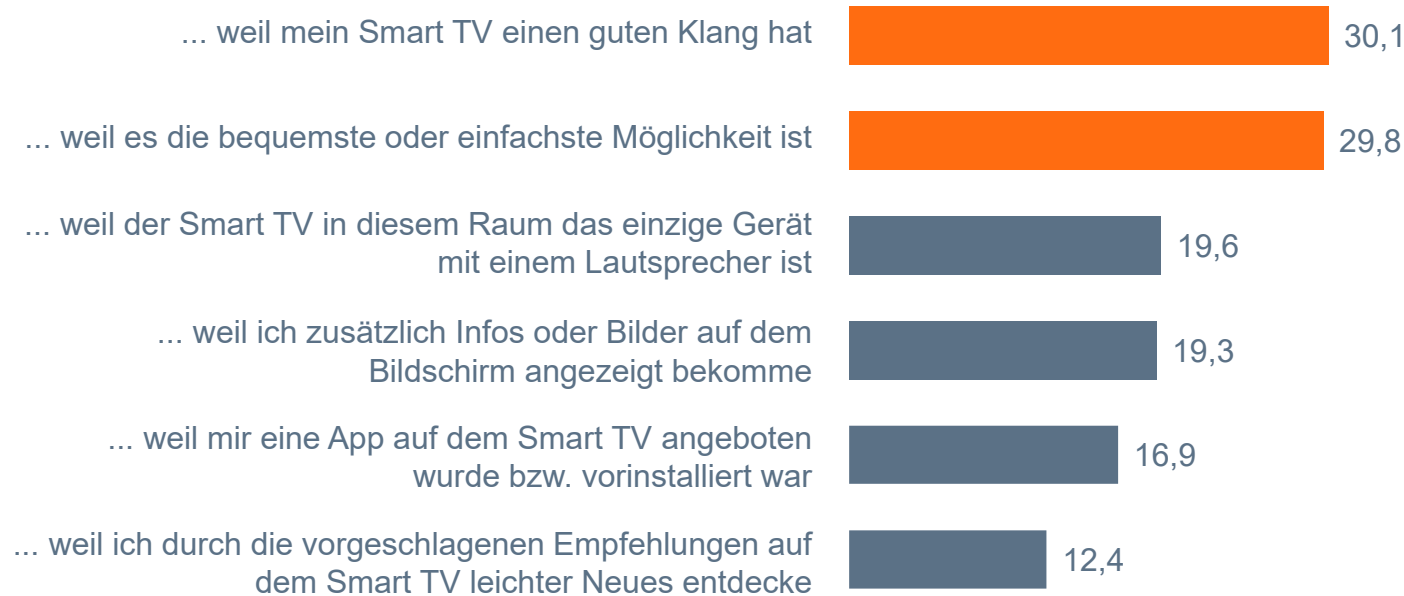
Frage 36: Sie haben vorher angegeben, dass Sie Radio über das Internet auch auf dem Smart TV hören. Wie hören Sie Radio auf Ihrem Smart TV?, Frage 38: Wie hören Sie dabei die Online-Audio-Inhalte?
 Angaben in Prozent; Basis: 14,251 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die Webradio am Smart TV nutzen (n=1.616) bzw. Audio-on-Demand am Smart TV nutzen (n=1.473; 13,319 Mio.)

Je knapp ein Drittel nutzt Audio-Inhalte auf dem Smart TV aufgrund des guten Klangs und des einfachen Zugangs. Für ein Fünftel ist es das einzige Audio-Abspielgerät im Raum.

Nutzungsmotive Audio am Smart TV

Angaben in Prozent

Basis: Online-Audio-Nutzende, die ein Smart TV für Online-Audio nutzen



Frage 39: Warum hören Sie Audio-Inhalte auf Ihrem Smart TV?

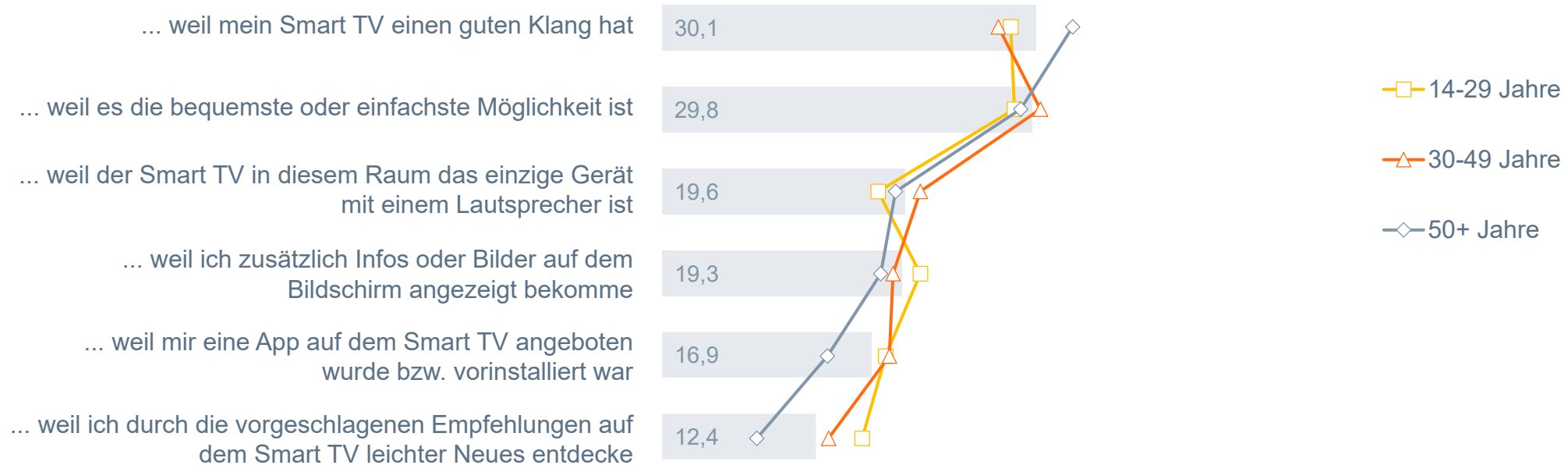
Angaben in Prozent; Basis: 19,037 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die Online-Audio am Smart TV nutzen (n=2.144)

Besonders die Älteren schätzen den guten Klang des Geräts. Für unter 50-Jährige sind häufiger auch vorinstallierte Apps und Empfehlungen auf dem Smart TV Nutzungsmotive.

Nutzungsmotive Audio am Smart TV nach Alter

Angaben in Prozent

Basis: Online-Audio-Nutzende, die ein Smart TV für Online-Audio nutzen



Frage 39: Warum hören Sie Audio-Inhalte auf Ihrem Smart TV?
 Angaben in Prozent; Basis: 19,037 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die Online-Audio am Smart TV nutzen (n=2.144)

10 Methodische Hinweise

Methodische Hinweise

Online-Audio-Monitor (OAM) 2023

Hintergrund und Auftraggeber:	Beim Online-Audio-Monitor (OAM) handelt es sich um die Fortführung des Webradio-Monitors, der von 2009 bis 2017 die Entwicklung von Webradio in Deutschland - zunächst mit einer Anbieterstudie, später ergänzt um eine Nutzerbefragung - untersuchte. Der Webradio-Monitor wurde von der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien (BLM) entwickelt und in den letzten Jahren in Kooperation mit dem Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) und Verband Privater Medien (VAUNET) veröffentlicht. Die Auftraggeber hatten sich in 2018 dazu entschieden, das Projekt weiterzuentwickeln und sich auf die fortschreitende Nutzung von Online-Audio-Angeboten, -Diensten und -Plattformen zu konzentrieren. Seither beteiligen sich auch die Landesmedienanstalten Berlin-Brandenburg (mabb) und Baden-Württemberg (LFK) sowie die Landesanstalt für Medien NRW an dem Projekt. Seit dem letzten Jahr ist auch die RMS (Radio Marketing Services) als Partner dabei.
Institut:	mindline media GmbH
Methode:	Mixed Mode-Ansatz: Computer Assisted Telephone Interviewing (CATI) und Computer Assisted Web Interviewing (CAWI)
Grundgesamtheit:	Definition wie ma 2023 Audio I: Deutschsprachige Wohnbevölkerung ab 14 Jahre; aktuell 70,601 Mio. Personen ab 14 Jahre in 40,868 Mio. Haushalten
Stichprobe / Zielperson:	<p>Die Studie wurde als so genannte Dual-Frame-Telefonbefragung, d. h. mit einem kombinierten Ansatz mit Festnetz- und Mobilfunknummern, durchgeführt. Auswahlgrundlage war das ADM-Telefonstichprobensystem für Fest- und Mobilnetznummern (Festnetz: 61%, Mobil: 39%). Die Befragungsperson wurde zufällig ausgewählt.</p> <p>Die telefonische Erreichbarkeit vor allem der jüngeren Bevölkerung ist seit Jahren rückläufig. Auch die Mobilfunkstichprobe löst diese Herausforderung nur begrenzt. Daher wurde zur Erzielung einer bestmöglichen Stichprobenqualität und besseren Abdeckung der Grundgesamtheit ein Mixed Mode-Design gewählt mit einer Kombination von CATI- und CAWI-Interviews im Verhältnis von 38 Prozent CATI- und 62 Prozent CAWI-Interviews.</p> <p>Die beiden Sampling-Frames (Festnetz und Mobil) sowie die CATI- und CAWI-Stichprobe wurden mittels Designgewichtung und Redressement-Gewichtung zusammengeführt, damit sie ein repräsentatives Abbild der Grundgesamtheit geben.</p>

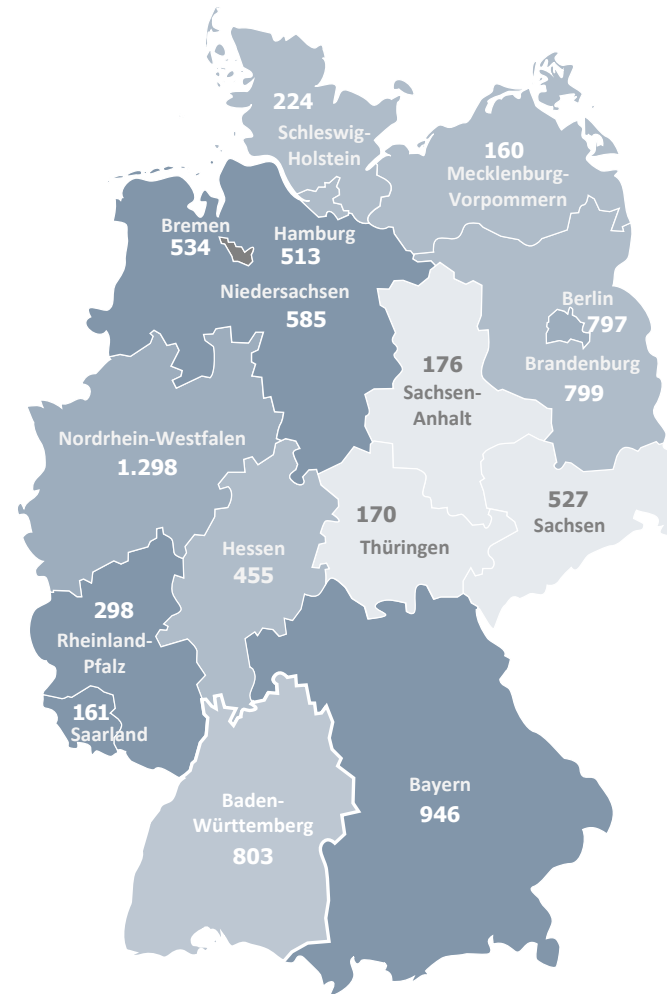
Methodische Hinweise

Online-Audio-Monitor (OAM) 2023

Stichprobengröße Basisstichprobe:	Befragt wurden zunächst 6.310 Personen in Privathaushalten in Deutschland. Die 6.310 Interviews verteilen sich bevölkerungsproportional auf die einzelnen Bundesländer.
Aufstockungs-Interviews:	Zusätzlich wurden 1.783 Interviews durch Aufstockung einzelner Landesmedienanstalten in Berlin, Brandenburg, Bremen und Sachsen realisiert. Im Anschluss wurde der disproportionale Ansatz im Rahmen der Gewichtung aufgehoben, damit repräsentative Aussagen für alle Personen bzw. Privathaushalte in Deutschland möglich sind.
Erhebungszeitraum:	CATI: 24.04. – 12.06.2023 CAWI: 15.05. – 13.06.2023
Zentrale Untersuchungsinhalte:	<p>Erhebung der Nutzung von Online-Audio-Inhalten: Unterschieden werden dabei: Webradio vs. Audio-on-Demand (getrennt nach Musikstreaming, Podcasts/Radiosendungen zum Nachhören, Hörbücher/Hörspiele):</p> <ul style="list-style-type: none"> • Plattformen • Genutzte Geräte • Genutzte Inhalte • Nutzungsort / -situationen, Außer-Haus-Nutzung • Nutzungsfrequenz und -intensität (Anteil Online-Audio-Nutzung an Audio-Nutzung gesamt) <p>Schwerpunkthemen der Erhebung 2023 waren:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Online-Audio-Nutzung unterwegs mit Fokus Auto • Online-Audio-Nutzung am Smart TV

Stichprobe Online-Audio-Monitor 2023

Realisierte Interviews 2023	Anzahl
Baden-Württemberg	803
Bayern	946
Berlin	797*
Brandenburg	799*
Bremen	534*
Hamburg	160
Hessen	455
Mecklenburg-Vorpommern	160
Niedersachsen	585
Nordrhein-Westfalen	1.298
Rheinland-Pfalz	298
Saarland	161
Sachsen	527*
Sachsen-Anhalt	176
Schleswig-Holstein	224
Thüringen	170
Summe	8.093



* Disproportionale Fallzahlaufstockungen